



FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

U LISBOA

UNIVERSIDADE
DE LISBOA

CONVIVÊNCIA INTERCULTURAL E INTERÉTNICA ATRAVÉS DA ARQUITETURA.
Mercado Multicultural de Artesanato no interior de um quarteirão adjacente ao Martim Moniz

Ana Luca

(Licenciada)

Projeto Final de Mestrado para a obtenção do Grau de Mestre em Arquitetura

(Mestrado Integrado em Arquitetura)

Orientação Científica:

Professor Doutor: Professor António Leite

Professora Doutora: Professora Maria Manuela Mendes

Júri:

Presidente: Maria João Pereira Neto

Arguente: Paulo Pereira Almeida

Lisboa, Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa

março de 2018

TÍTULO | CONVIVÊNCIA INTERCULTURAL E INTERÉTNICA ATRAVÉS DA ARQUITETURA

SÚB-TÍTULO | Mercado Multicultural de Artesanato no interior de um quarteirão adjacente ao Martim Moniz

RESUMO

O presente Projeto Final de Mestrado tem subjacente a exploração e análise teórica da temática do multiculturalismo. A necessidade de conceptualizar este tema e temáticas associadas, teve como finalidade entender a vivência em comunidades em que a coexistência e até a fusão de culturas é notória.

A área de intervenção delimitada foi um quarteirão adjacente à zona do Martim Moniz em Lisboa, sendo esta zona da cidade particularmente caracterizado pela multiculturalidade, é um polo de atração para a fixação e deambulação de imigrantes, autóctones, visitantes, turistas. O entendimento do espaço e das suas características permitiu delinear uma proposta de intervenção arquitetónica, possibilitando a proposição de um programa que responda às necessidades detetadas, de modo a promover a integração e interação social. No fundo a intenção passa por promover a requalificação do quarteirão junto à Praça do Martim Moniz, tendo como estratégia primordial a proposição e criação de um mercado multicultural, enquanto espaço público possibilitador de dinâmicas de interculturalidade e que seja um ponto de atratividade e de referência não só local, mas no contexto da cidade global.

PALAVRAS-CHAVE:

Martim Moniz | Multiculturalismo | Interculturalismo | Espaço público | Mercado

Mestrado integrado em Arquitectura

Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa

Lisboa, Janeiro 2018

TITLE | INTERCULTURAL AND INTER-ETHNIC COEXISTENCE THROUGH ARCHITECTURE.

SUBTITLE | Multicultural Crafts Market within a block adjacent to Martim Moniz

ABSTRACT

This Final Master's degree Project has underlying the exploration and theoretical analysis of the theme of multiculturalism. The need to conceptualize this theme and associated topic, had intended to understand the living in communities in which co-existence and fusion of cultures is notorious.

The intervention area enclosed was a block adjacent to the area of Martim Moniz in Lisbon, and this part of the town is particularly characterized by multiculturalism, being a pole of attraction for fixing and ambulation, autochthonous, immigrant visitors, tourists. The understanding of space and its features made it possible to outline a proposal for architectural intervention enabling the proposition of a program that responds to the needs detected, in order to promote integration and social interaction. Deep down, the intention is to promote the requalification of the block next to Martim Moniz Square, having as primary strategy the proposition and the creation of a multicultural market, while enabler of dynamic public space of interculturality and be a point of reference and attractiveness not only locally, but in the context of the global city.

KEYWORDS:

Martim Moniz | Multiculturalism | Interculturalism | Public Space | Market

Master in Architecture

Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa

Lisbon, January 2018

AGRADECIMENTOS

A conclusão do Projeto Final de Mestrado significa o fim de um longo percurso académico e início de uma nova etapa, a profissional. É com enorme gratidão que dedico o mais sincero obrigado a todos aqueles que de forma direta ou indireta me ajudaram neste processo.

Um obrigado primeiramente à família, que esteve presente não só nesta fase final, mas em todo o percurso académico, que me apoiou e me deu forças em todos os momentos.

Um obrigado aos amigos que caminharam junto comigo em todas as fases do curso, que me apoiaram e com quem partilhei conhecimento e grandes experiências. Agradeço aos amigos que, mesmo fora do ambiente académico, foram igualmente uma inspiração de força.

Um sincero obrigado ao professor e orientador António Leite e igualmente à professora e orientadora Maria Manuela Mendes pela disponibilidade que sempre apresentaram, pelo profissionalismo, apoio e sabedoria com que me acompanharam durante o percurso deste trabalho.

Obrigada!

ÍNDICE

RESUMO	I
ABSTRACT	III
AGRADECIMENTOS	V

INTRODUÇÃO	1
TEMA E JUSTIFICAÇÃO	1
PROBLEMA	2
OBJETIVOS GERAIS	3
HIPÓTESE DE INVESTIGAÇÃO	4
METODOLOGIA	5
ESTRUTURA DO TRABALHO	6

CAPÍTULO I MULTICULTURALISMO E A PRAÇA DO MARTIM MONIZ	7
1.1 O MULTICULTURALISMO	9
1.1.1 A GLOBALIZAÇÃO E O FENÓMENO DO MULTICULTURALISMO	9
1.1.2 CULTURA E DIVERSIDADE CULTURAL	11
1.1.3 MULTICULTURALISMO <i>versus</i> INTERCULTURALISMO	15
1.2. O LUGAR DO MARTIM MONIZ: BREVE INCURSÃO HISTÓRICA	19
1.2.1 A PRAÇA DO MARTIM MONIZ: INTERVENÇÕES URBANAS RECENTES	23

CAPÍTULO II ESPAÇO PÚBLICO	27
2.1. IMPORTÂNCIA E FUNÇÕES DO ESPAÇO PÚBLICO	29
2.2. O ESPAÇO PÚBLICO – ESPAÇO POLIVALENTE DE INTERCÂMBIO SOCIAL E CULTURAL	31
2.3. O ESPAÇO PÚBLICO COMO POTENCIADOR DO TURISMO E DA CULTURA	33
2.4. NOVAS DINÂMICAS URBANAS ASSOCIADAS AO TURISMO EM LISBOA	36
 CAPÍTULO III CASOS DE REFERÊNCIA	 39
3.1 HAIFA UNIVERSITY STUDY CENTER	41
3.2 CENTRO CULTURAL DO BOM SUCESSO	43
3.3 MERCADO DO BOM SUCESSO	45
3.4 CASA DE ARTUR PRAT (EDIFÍCIO DA ORDEM DOS ENGENHEIROS)	47
 CAPÍTULO IV PROPOSTA DE PROJETO	 49
4.1 ANÁLISE URBANA DO TERRITÓRIO DE INTERVENÇÃO: ALGUMAS PREMISSAS	51
4.2 CONSTRUÇÃO DA PROPOSTA	54
4.2.1 A EVOLUÇÃO DOS MERCADOS	54
4.2.2 OS MERCADOS MUNICIPAIS	57
4.2.3 A REINVENÇÃO DOS MERCADOS	59
4.3 A PROPOSTA: MERCADO MULTICULTURAL DE ARTESANATO	64
4.3.1 JUSTIFICAÇÃO DA ESTRATÉGIA	65
4.3.2 PROGRAMA GERAL	66
4.3.3 O ESPAÇO PÚBLICO	69
4.3.4 FUNÇÕES E USOS DO MERCADO	69
4.3.5 ALGUNS DETALHES: A ILUMINAÇÃO E MATERIALIDADE	71

CAPÍTULO V CONSIDERAÇÕES FINAIS	73
--	-----------

CAPÍTULO VI BIBLIOGRAFIA	77
---	-----------

CAPÍTULO VII | ANEXOS

ANEXO I - O LUGAR

ANEXO II - O TERRENO

ANEXO III - PEÇAS DESENHADAS

ANEXO IV - PEÇAS FINAIS

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig.1 PRAÇA DO MARTIM MONIZ, LISBOA	
fonte: esboço da autora, elaborado em 2017	19
Fig.2 OBRAS DE DEMOLIÇÃO PARA A PRAÇA DO MARTIM MONIZ (1947), LISBOA	
fonte: Arquivo Municipal de Lisboa, acedido a 2 de novembro de 2017	20
Fig.3 MERCADO DE FUSÃO DO MARTIM MONIZ, LISBOA	
fonte: https://mb.web.sapo.io/7e08cf036b0f1b311f1c455fb68359dc39e080ac.jpg , acedido a 9 de setembro de 2017	25
Fig.4 ESTÁTUA DA LIBERDADE, NOVA YORK	
fonte: http://www.infoescola.com/curiosidades/estatua-da-liberdade/ , acedido a 14 de agosto de 2017	34
Fig.5 TORRE EIFFEL, PARIS	
fonte: http://www.phototravel360.com/europa/paris/torre-eiffel-em-360-graus-paris/ , acedido a 14 de agosto de 2017	34
Fig.6 COLISEU DE ROMA, ROMA	
fonte: http://www.storiaviviaggi.it/tours/visite-guidate-colosseo/ , acedido a 14 de agosto de 2017	34
Fig.7 UNIVERSITY STUDENT CENTER, HAIFA	
fonte: http://www.arch2o.com/haifa-university-student-center-chyutin-architects/ , acedido a 5 de agosto de 2017	41
Fig.8 CORTE DO PROJETO	
fonte: http://www.arch2o.com/haifa-university-student-center-chyutin-architects/ , acedido a 5 de agosto de 2017	42
Fig.9 CENTRO CULTURAL DO BOM SUCESSO, ALVERCA	
fonte: http://0608.habitarportugal.org/ficha.htm?id=175 , acedido a 5 de agosto de 2017	43
Fig.10 CORTE DO PROJETO	
fonte: http://0608.habitarportugal.org/ficha.htm?id=175 , acedido a 5 de agosto de 2017	44
Fig.11 MERCADO DO BOM SUCESSO, PORTO	
fonte: http://www.lsd.pt/post.php?mid=6&pid=6 , acedido a 5 de agosto de 2017	45
Fig.12 MERCADO DO BOM SUCESSO, PORTO	
fonte: http://www.lsd.pt/post.php?mid=6&pid=6 , acedido a 5 de agosto de 2017	46
Fig.13 EDIFÍCIO DA ORDEM DOS ENGENHEIROS, LISBOA disponível em:	
fonte: fotografia da autora, 2017	47
Fig.14 NÚCLEO DE ESCADAS DO EDIFÍCIO DA ORDEM DOS ENGENHEIROS, LISBOA	
fonte: fotografia da autora, 2017	48
Fig.15 EXTENSÃO DO EDIFÍCIO DA ORDEM DOS ENGENHEIROS	
fonte: fotografia da autora, 2017	48
Fig.16 ÁREA DE INTERVENÇÃO	
fonte: desenho elaborado pela autora, 2017	51
Fig.17 EDIFÍCIOS ADJACENTES AO TERRENO DE INTERVENÇÃO (lado esquerdo)	
fonte: fotografia da autora, 2017	51

Fig.18 EDIFÍCIOS ADJACENTES AO TERRENO DE INTERVENÇÃO (lado esquerdo)	
fonte: fotografia da autora, 2017	51
Fig.19 JARDIM PERTENCENTE À ASSOCIAÇÃO DOS AMIGOS DO CASTELO	
fonte: fotografia da autora, 2017	52
Fig.20 JARDIM PERTENCENTE À ASSOCIAÇÃO DOS AMIGOS DO CASTELO	
fonte: fotografia da autora, 2017	52
Fig.21 EDIFÍCIOS DE HABITAÇÃO	
fonte: fotografia da autora, 2017	52
Fig.22 VISTA AÉREA DO TERRENO	
http://data.mapchannels.com/mm/dual2/map.htm , Acedido a 23 de julho de 2017	53
Fig.23 ACESSO PARA O INTERIOR DO QUARTEIRÃO AO NÍVEL DA PRAÇA	
fonte: fotografia da autora, 2017	53
Fig.24 ÁGORA DE ATENAS	
fonte: http://www.estudoprevio.net/artigos/40/dossier-o-espaco-publico-flavio-barbini-a-agora-e-o-forum/ , acedido a 12 de setembro de 2017	55
Fig.25 PLANTA DE ROMA	
fonte: http://employees.oneonta.edu/farberas/arth/ARTH209/augustus.html , acedido a 12 de setembro de 2017	55
Fig.26 LOGGIA DEL PORCELLINO, FLORENÇA -ITÁLIA	
fonte: http://www.hoteldegloriafi.it/english/mon_loggia_porcellino.php , acedido a 12 de setembro de 2017	56
Fig.27 MERCAT DE SANT ANTONI, BARCELONA	
fonte: http://www.passaportebcn.com/mercat-de-sant-antoni/ , acedido a 12 de setembro de 2017	56
Fig.28 MERCADO DO BOM SUCESSO, PORTO	
fonte: https://recadosdemim.files.wordpress.com/2013/08/img_2752.jpg , acedido de 13 de setembro de 2017	57
Fig.29 MERCADO DE SAN ANTÓN, MADRID	
fonte: http://whattodoinmadrid.com/blog/gourmet-markets-madrid/ , acedido de 13 de setembro de 2017	60
Fig.30 MERCADO DE SAN ANTÓN, MADRID	
fonte: http://taylorheartstravel.com/mercado-san-anton/ , acedido a 13 de setembro de 2017	60
Fig.31 MERCADO DE SAN MIGUEL, MADRID	
fonte: https://spainattractions.es/mercado-de-san-miguel/ , acedido a 13 de setembro de 2017	60
Fig.32 MERCADO DE SAN MIGUEL, MADRID	
fonte: https://spainattractions.es/mercado-de-san-miguel/ , acedido a 13 de setembro de 2017	60
Fig.33 MERCADO DA RIBEIRA, LISBOA (antes)	
fonte: https://br.pinterest.com/pin/228417012327118427/ , acedido a 13 de setembro de 2017	61
Fig.34 MERCADO DA RIBEIRA, LISBOA (depois)	
fonte: fotografia da autora, 2017	61
Fig.35 MERCADO CAMPO DE OURIQUE (antes)	
fonte: Arquivo Municipal de Lisboa, 2017	61
Fig.36 MERCADO CAMPO DE OURIQUE (depois)	
fonte: fotografia da autora, 2017	61

Fig.37 MERCADO DE ARROIOS, LISBOA (antes)	
fonte: Arquivo Municipal de Lisboa , 2017	62
 Fig.38 MERCADO DE ARROIOS, LISBOA (depois)	
fonte: fotografia da autora, 2017	62
 Fig.39 MERCADO DO BOM SUCESSO, PORTO (antes)	
fonte: https://mercadobomsucesso.files.wordpress.com/2011/02/carlosromao_mercado_bom_sucesso_2.jpg , acedido a 21 de setembro de 2017	62
 Fig.40 MERCADO DO BOM SUCESSO, PORTO (depois)	
fonte: https://wp.webook.pt/wp-content/uploads/2015/05/mercado-bom-sucesso-2.jpeg , acedido a 21 de setembro de 2017	62
 Fig.41 MERCADO FERREIRA BORGES. PORTO (antes)	
fonte: https://portoalities.com/pt/qual-e-a-historia-do-mercado-ferreira-borges/ , acedido a 21 de setembro de 2017	63
 Fig.42 MERCADO FERREIRA BORGES. PORTO (depois)	
fonte: http://portoarc.blogspot.pt/2014/03/viveres-que-anualmente-se-gastam-na_17.html , acedido a 21 de setembro de 2017	63
 Fig.43 PLANTA PISO 3	
fonte: elaborado pela autora, 2017	67
 Fig.44 PLANTA PISO 2	
fonte: elaborado pela autora, 2017	67
 Fig.45 PLANTA PISO 1	
fonte: elaborado pela autora, 2017	68
 Fig.46 PLANTA PISO 0	
fonte: elaborado pela autora, 2017	68
 Fig.47 MAQUETE DE ESTUDO	
fonte: elaborado pela autora, 2017	70
 Fig.48 MAQUETE DE ESTUDO	
fonte: elaborado pela autora, 2017	70
 Fig.49 MAQUETE DE ESTUDO	
fonte: elaborado pela autora, 2017	71

INTRODUÇÃO

TEMA E JUSTIFICAÇÃO

“Place and culture are persistently intertwined with one another, for any given place... is always a locus of dense human interrelationships (out of which culture in part grows), and culture is a phenomenon that tends to have intensely local characteristics thereby helping to differentiate places from one another”

(Scott, 2000: 30)

A prática da arquitetura, enquanto componente participativa no processo dinâmico da cidade, deverá ser um motor propulsor do seu desenvolvimento. A sociedade está numa transformação constante, onde os indivíduos alteram a sua imagem consoante as suas necessidades.

O local de intervenção localiza-se junto ao Martim Moniz em Lisboa, sendo acrescida a responsabilidade do arquiteto que atua neste contexto, na medida em que ganha importância a tentativa de integrar positivamente o lugar na cidade, de dinamizar as práticas e diálogos interculturais e a necessidade de promover as culturas num espaço onde estas coexistem. Justifica-se assim a necessidade de estudar o espaço, as suas características e os seus potenciais, de modo a gerar um certo sentido de coesão nesta realidade multicultural e também estabelecer uma relação com o interesse turístico na cidade.

Não é necessário ser-se usuário frequente do Martim Moniz para se confrontar com a diversidade cultural ali instalada. As cores, os diferentes odores provenientes da restauração, a diversidade de comércio, a mistura de línguas são realidades que descrevem o seu ambiente. A diversidade e a multiculturalidade sempre marcaram esta zona de Lisboa. A globalização tem facilitado em parte os movimentos da população, tornando-se crucial pensar na cidade enquanto lugar de abertura ao

“Outro”. Igualmente importante é a intenção de ajudar a manter e promover a identidade de cada cultura, ao mesmo tempo, superar obstáculos à sua plena participação na sociedade e promover o intercâmbio entre todos os grupos culturais. É fundamental avaliar a percepção e interpretação do espaço público por parte dos habitantes e visitantes e estudar a forma como a intervenção da arquitetura no espaço público pode interferir na sociabilidade e integração social.

Torna-se assim como objetivo principal do projeto, a construção de um programa multifuncional e dinâmico, que introduza práticas culturais, espaços de trabalho e de interação de modo a impulsionar a coesão social e espacial. Aproveitando a sua localização central, pretende-se dinamizar a zona, procurando também oferecer um novo ponto de interesse não só local, mas também turístico, onde seja vivida e partilhada a multiculturalidade.

PROBLEMA

Influenciado pela multiculturalidade, o desenho urbano é muitas vezes desprovido de autenticidade. Não havendo iniciativas suficientes, os grupos étnicos permanecem isolados entre si, tornando o processo de integração e interação uma tarefa mais difícil. Para além disso, é evidente a falta de espaços propulsores do intercâmbio e inter-relação cultural não só entre os grupos residentes na zona, mas também entre visitantes e turistas que complexificam o fenómeno do multiculturalismo. Sendo assim a questão principal a que vamos tentar responder é:

Como integrar num programa de intervenção no espaço público num local marcado pelo desnível de cotas e pela multiculturalidade, usos e funções que promovam as relações entre os diferentes grupos sociais e culturais, sejam estes autóctones, visitantes ou turistas?

Tendo como suporte a exploração teórica de temas interligados com o multiculturalismo, estabelecem-se como principais objetivos:

- i) estudo e compreensão do significado de cultura e multiculturalismo;
- ii) entender o espaço público como promotor das relações humanas;
- iii) proceder à revitalização do quarteirão, tendo em conta a sua localização próxima à zona central do Martim Moniz sendo que poderá vir a ser um dos principais pontos atrativos da zona e também da cidade. Deste modo importa conhecer qual o impacto do quarteirão no local do Martim Moniz e de que forma poderá interferir com a vivência no local e quais as necessidades sentidas no local e que tipo de equipamento se adequa melhor neste contexto;
- iv) a construção de um programa que responda às problemáticas do multiculturalismo presente na zona do Martim Moniz, nomeadamente às questões de integração, interação e partilha. Neste sentido importa aferir qual o programa adequado ao local para responder ao problema da diversidade cultural;
- v) desenvolver a proposta de um edifício público que consiga relacionar-se com a envolvente e com o edificado pré-existente. Propõe-se uma lógica construtiva que permita a ligação entre a pré-existência e o novo edificado de modo a resultar num único equipamento;
- vi) encontrar uma resolução para o problema do acentuado desnível de cotas que ladeia o terreno e para isso perceber a relação que existe entre os vários edifícios e de que forma poderá ser resolvida a questão exposta.

A cultura surge neste trabalho como elemento chave na caracterização e dinamização do local. Pode ser então encarada como uma potencialidade na promoção da cidade e consequentemente na promoção do turismo. Atendendo às questões acima propostas, surgem as seguintes hipóteses:

H1: A elaboração do projeto passará pela atribuição não só à zona do Martim Moniz, mas também à cidade de um ponto de interesse onde o foco é a cultura e a sua diversidade de modo a responder às necessidades de integração e interação pretendidas. O novo edificado proposto fará uso de três edifícios antigos envolventes, que integrarão no novo programa de usos, oferecendo-lhes assim uma “nova vida” e utilidade sem interferir com a sua imagem. O problema do acentuado nível de cotas permitirá criar um espaço público exterior que terá como objetivo ligar as cotas das extremidades, funcionando como uma ponte de ligação através de plataformas e coberturas acessíveis. O programa apresentará um leque de funções que permitira o uso igualitário por parte de toda a comunidade e onde as culturas poderão ser expressas e consequentemente entendidas. Assim, podemos entender que os espaços públicos bem estruturados e programaticamente bem-sucedidos, nomeadamente o mercado, pode promover o intercâmbio cultural e as relações entre os seus usuários. De igual forma, este espaço pode aumentar a atração turística, oferecendo dinâmica ao lugar.

H2: O problema do acentuado nível de cotas permitirá criar um espaço público exterior que terá como objetivo ligar as cotas das extremidades, funcionando como uma ponte de ligação através de plataformas e coberturas acessíveis.

Numa fase inicial do desenvolvimento do presente trabalho, foi feita uma pesquisa e análise de bibliografia que aborda as temáticas do multiculturalismo, globalização e diversidade cultural.

Realizou-se ainda uma análise do território através da leitura de documentos históricos e recolha de imagens acerca do Martim Moniz, esboçando-se um enquadramento histórico de modo a entender a evolução e as transformações urbanas do local. Também se estabeleceram algumas conversas informais, nomeadamente com um membro da Junta de Freguesia de Santa Maria Maior que através de partilha do seu conhecimento aprofundado sobre a zona do Martim Moniz teve um papel importante na nossa perceção sobre este espaço. Também se realizou uma análise visual interpretativa e fotográfica do local para perceber as vivências do espaço. Procedeu-se ainda a uma seleção e análise de casos de referência relevantes para o projeto; à recolha e análise de elementos de forma a realizar uma análise urbana do local.

O desenvolvimento da componente prática procurou integrar todas as análises e conhecimentos que se foram adquirindo. Fez-se o estudo e desenvolvimento de propostas e estratégias projetuais que permitam atingir os objetivos proposto, através de esboços e maquetes de estudo. Para além disso, avançou-se na formalização de soluções com recurso a desenho de CAD e modelos digitais tridimensionais. Esta vai surgir como uma resposta às necessidades criadas por uma cidade multicultural.

O presente trabalho foi estruturado de forma capitular, sendo dividido em 4 capítulos para além da introdução e as considerações finais. Na introdução faz-se uma apresentação do tema, das razões da sua escolha, dos objetivos, questões, hipóteses, metodologia de investigação e de projeto e a estrutura capitular deste trabalho.

No primeiro capítulo faz-se uma síntese que percorre vários autores que nos apresentam reflexões sobre os temas em análise. Assim neste capítulo debate-se o Multiculturalismo e O Espaço Público, fazendo referência a diversos tópicos que integram os temas respetivos.

No capítulo dois é feita uma análise urbana ao local de intervenção de modo a entender as vivências, a evolução e os problemas. Neste contexto, apresenta-se uma abordagem histórica e também uma leitura do local à escala da cidade. No terceiro capítulo, estudou-se um conjunto de projetos e intervenções que serviram como referências estruturantes para o desenvolvimento do trabalho. No capítulo quatro será apresentada a resposta arquitetónica do trabalho desenvolvido e a sua devida justificação.

CAPÍTULO. I | MULTICULTURALISMO E A PRAÇA DO MARTIM MONIZ

Neste capítulo desenvolve-se uma análise conceptual dos elementos estruturantes do trabalho. É feita primeiramente uma abordagem ao tema do multiculturalismo, integrando conceitos que contribuem para a sua compreensão, como cultura, a diversidade, o interculturalismo e a globalização. Posteriormente é abordado o tema dos espaços públicos e o seu papel estruturante na cidade e nas relações dos seus usuários. Por último, analisa-se o espaço público como potenciador do turismo.

1.1.O MULTICULTURALISMO

“O país de acolhimento não é uma página em branco, nem uma página escrita. É uma página que se está a escrever. “

Amin Maalouf (2009: 52)

1.1. 1 A GLOBALIZAÇÃO E O FENÓMENO DO MULTICULTURALISMO

O encontro entre “mundos” culturalmente diferentes é uma realidade cada vez mais presente no nosso quotidiano. A crescente interligação entre os Estados e os seus membros no mundo inteiro vem como consequência do processo caracterizado por “globalização”. Este tema pode ser debatido tanto numa vertente cultural como político-económica.

A intensificação de informação, de comércio, de trocas culturais, de relações, de ideias e de pessoas no mundo inteiro é um “impulso proporcionado por tecnologias em áreas como transportes e comunicação” (Takahashi, 2004: s.p). Para o autor “O ato da comunicação está no cerne da globalização e da sustentação da diversidade cultural. É na comunicação que o indivíduo expressa sua identidade, opiniões e intenções, e as confronta com outros indivíduos oriundos de contextos culturais distintos” (*ibid*). É-nos cada vez mais fácil criar interligações com quase todas as partes do mundo, partilhar e intensificar as relações sociais a uma escala global. A comunicação nunca foi tão fácil e rápida entre as pessoas; a utilização das novas tecnologias é cada vez mais intensa e a proximidade a outras culturas e idiomas maior. A globalização, segundo Anthony Giddens, “acima de tudo, tem sido influenciada pelo progresso nos sistemas de comunicação, registado a partir do final da década de 1960” (Giddens, 1999: 22). O autor acrescenta ainda que:

O primeiro satélite comercial foi lançado em 1969. Agora há mais de duzentos destes satélites em órbita, cada um carregado com uma enorme diversidade de informações. Pela primeira vez na História, podemos estabelecer comunicação instantânea com o outro lado do mundo (Giddens, 1999: 22).

O telefone, a televisão e a rádio foram sem dúvida elementos influentes no acesso à comunicação. Contudo foi com a invenção da Internet em 1969, que se deu a revolução absoluta da comunicação, e consequentemente o aprofundamento do termo globalização. Pelo facto de permitir o estabelecimento de comunicação com o outro lado do mundo em segundos, a Internet destaca-se na rede das tecnologias. Avaliando a sua facilidade na comunicação e a rapidez com que a informação circula, Friedman refere o seguinte:

“(...) quando digo que as inovações na computação, miniaturização, telecomunicação e digitalização democratizaram a tecnologia, o que quero dizer é que tornaram possível a milhões de pessoas em todo o mundo contactarem umas com as outras e intercambiarem informação, notícias, conhecimento, dinheiro, fotos de família, transações comerciais, espetáculos de música ou programas de televisão de maneiras, e num grau, nunca antes vistos” (Friedman, 2000: 81).

A globalização entendida numa vertente económica, segundo Stiglitz (2004: 46) é “a integração mais estreita dos países e dos povos que resultou da enorme redução dos custos de transporte e de comunicação e a destruição de barreiras artificiais à circulação transfronteiriça de mercadorias, serviços, capitais, conhecimentos e (em menor escala) pessoas.” Interpretando a teoria do autor, pode-se verificar uma abundância de ofertas a nível de transportes e mercadorias cada vez maior e com preços e tarifas cada vez mais competitivas. Fazer o trajeto de um país para outro

passou a ser uma questão de poucas horas e custos cativantes. Por sua vez, Waters refere globalização “como um processo social através do qual diminuem os constrangimentos geográficos sobre os processos sociais e culturais, e em que os indivíduos se consciencializam cada vez mais dessa redução” (Waters, 1999: 3). Isto é, os limites físicos são reduzidos tornando as pessoas muito mais próximas, mesmo em locais geográficos diferentes.

A globalização, na sua vertente cultural implica, segundo Steger “uma intensificação e expansão dos fluxos culturais pelo globo” (Steger, 2006: 74), contribuindo para um movimento crescente de inter-relação entre sociedades. Desta forma, os processos migratórios vieram acentuar o fenómeno do multiculturalismo. Ou seja, há um maior fluxo migratório devido à facilidade de mobilidade em território estrangeiro e uma maior aceitação cultural e étnica, contribuindo assim para um maior interconhecimento entre culturas e para uma integração social pacífica. Para Takahashi, “O multiculturalismo constitui o pilar ideológico da dimensão cultural da globalização. A globalização se propõe a possibilitar a circulação ampla de todo tipo de bens e serviços entre povos vastamente diferentes entre si quanto a história, língua, costumes, etc. De alguma forma, a premissa subjacente é de que cada povo continuará falando na sua língua, mantendo seus costumes, etc., mesmo enquanto se envolve em trocas e relações com povos muito diferentes.” (Takahashi, 2004: s.p)

1.1.2 CULTURA E DIVERSIDADE CULTURAL

Sendo o multiculturalismo o mote deste projeto final de mestrado é necessário antes de mais fazer uma abordagem ao seu conteúdo e significados de modo a entender o seu papel na sociedade como fenómeno social. São vários os autores que se debruçaram sobre este tópico pelo que as suas interpretações e reflexões serão aqui apresentadas como fundamento crítico desta análise. Antes de prosseguir para a

definição de multiculturalismo, antecipa-se a necessidade em se perceber o que se entende por cultura e sua diversidade.

A diversidade cultural retrata um fenómeno atual de muitas sociedades, orientando-se para as diferenças culturais existentes entre pessoas e também entre diversos grupos. Para Takahashi “a diversidade é a característica básica das formas de vida e das manifestações de cultura na Terra” (Takahashi, 2004: s.p).

Cultura, como conceito, tem uma multitude de definições sobretudo fundadas na área da antropologia e sociologia. Inicialmente, o conceito “cultura” foi definido por Edward Tylor no século XIX, citado por Laraia no seu trabalho “Cultura: um conceito antropológico”, como sendo um “complexo que inclui conhecimentos, crenças, artes, moral, leis, costumes e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade” (Laraia, 2001: 17). Para Kluckhohn, a cultura é uma forma de “pensar, sentir e acreditar”. *“It is the group’s knowledge stored up (in memories, in books and objects) for future use”* (Kluckhohn, 1960: 24). O autor refere ainda que, somos de certa forma dependentes da cultura. Ela “controla as nossas vidas a cada viragem. Desde que nascemos até ao momento em que morremos (...) há uma pressão constante sobre nós em seguir certos tipos de comportamento que outro homem criou para nós”¹ (*ibid*: 27).

Cada um de nós adquire uma identidade mutável, que ao longo da vida se vai alterando com as influências culturais. Laraia sugere que “O homem é o resultado do meio cultural em que foi socializado. Ele é um herdeiro de um longo processo acumulativo, que reflete o conhecimento e a experiência adquirida pelas numerosas gerações que o antecederam. A manipulação adequada e criativa desse património cultural permite as inovações e as invenções” (2001: 19). *Cultura* pode ser entendida como património material, social e imaterial quando pensamos na sua preservação ao longo das gerações passadas até ao presente, e nas gerações futuras que vão continuar

¹ Tradução livre. No original: “Culture regulates our lives at every turn. From the moment we are born until we die [...] there is constant pressure upon us to follow certain types of behavior that other men have created for us” (Kluckhohn, 1960: 27)

a conservar as suas particularidades. Qualquer cultura *sofre* com a temporalidade. Apesar de guardar as suas características vernaculares, a cultura quando exposta a um grande fluxo de mudanças políticas, sociais e migratórias acaba por perder algumas das suas *nuances*, dando origem a outras novas.

Não vivemos num mundo igualitário. Vivemos num mundo onde há uma grande diversidade de culturas, sendo esta diversidade o elemento principal do multiculturalismo. Cuche, antropólogo e sociólogo francês considera que o multiculturalismo “consiste em ter em conta as diferenças étnicas, religiosas e culturais para organizar a sua coexistência através da troca e do respeito de referências e de regras comuns a todos, que transcendem as pertenças particulares” (Cuche, 2003: 167). A política do multiculturalismo “tem como fim promover a igualdade” (*ibid*: 166). Este fator passa pelo reconhecimento e aceitação de culturas diversas e tratamento igualitário na convivência de grupos étnicos e nacionais, não discriminando minorias nem desrespeitando os elementos culturais e simbólicos destes mesmos grupos. Igualmente importante é a intenção de ajudar a manter e promover a identidade de cada cultura, ao mesmo tempo, superar obstáculos à sua plena participação na sociedade, promover o intercâmbio criativo entre todos os grupos culturais, e ajudar os imigrantes a lidar com os processos inerentes à adaptação cultural e de mistura. Laraia explica que devia “existir um mínimo de participação do indivíduo na pauta de conhecimento da cultura a fim de permitir a sua articulação com os demais membros da sociedade (Laraia, 2001: 84). Cuche, referindo-se à aceitação e adaptação a novos padrões culturais, refere o seguinte:

“A cultura não é uma bagagem que alguém possa transportar consigo ao deslocar-se. Não se transporta uma cultura como se fosse uma mala. (...) O que se desloca, na realidade, são indivíduos; e estes indivíduos, devido ao próprio facto de terem migrado, são levados a adaptarem-se e a evoluírem. Vão encontrar-se com outros indivíduos que pertencem a culturas diferentes. E destes contactos

entre indivíduos de culturas diferentes emanarão novas elaborações culturais. (Cuche, 2003: 165)

Reconhecer e aceitar “o outro” é uma indicação moral presente no multiculturalismo que se entende por tolerância, sendo neste caso tolerância cultural. Em muitos casos a intolerância é gerada pela fixação de estereótipos a determinadas culturas, evidenciando ainda mais a diferença e as dificuldades na promoção do diálogo intercultural. Assim sendo, a fusão de culturas nem sempre se mostra pacífica. A falha na Inter-relação presente em vários grupos étnicos, nacionais, culturais e religiosos, resulta em efeitos colaterais negativos como a xenofobia, o fanatismo, o radicalismo, o terrorismo e o racismo.

O Multiculturalismo como prática existe desde que as primeiras comunidades humanas criaram relações e partilharam o mesmo território. Pode-se dizer que as sociedades multiculturais existiram em todas as épocas, pois o homem desde sempre procurou conhecer novos territórios, modos de vida e culturas diferentes.

Multiculturalismo é um termo que descreve a existência de muitas culturas numa localidade, cidade ou país, cada uma delas tentando preservar a sua identidade perante a diversidade. Na perspectiva de Stuart Hall a identidade “é algo formado ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. (Hall, 2006: 38). Para Cuche (2003), a identidade serve antes de mais para nos localizarmos a nós próprios como indivíduo e outros grupos simbólicos ao nosso padrão. Isto porque “o indivíduo é levado a interiorizar os modelos culturais que lhe são impostos” numa sociedade culturalmente diferente da sua “até ao ponto de se identificar com o seu grupo de origem” (Cuche, 2003: 179). Faria e Souza citam Ciampa, que entende a identidade como “metamorfose, ou seja, em constante transformação, sendo o resultado provisório da intersecção entre a história da pessoa, seu contexto histórico e social e seus projetos” (Faria e Souza, 2011: 36). Dubar, citado também pelos autores referidos anteriormente, “concebe a identidade como resultado do processo de socialização, que compreende o cruzamento dos processos relacionais (ou seja, o sujeito adapta-se

ao contexto por via da sua participação nos sistemas de ação nos quais os sujeitos estão inseridos) e biográficos (que tratam da história, habilidades e projetos da pessoa) (*Ibid*: 36). Por sua vez, Maalouf defende que a identidade “não é algo que nos seja entregue na sua forma inteira e definitiva” (Maalouf, 2009: 10) e constata que quanto maior é o número de pertenças, de influências, de relações com outros povos e culturas, mais específica se revela a própria “identidade”. A nossa identidade é uma fração daquilo que representa a nossa cultura. Stuart Hall refere-se à identidade cultural como – “aqueles aspetos das nossas identidades que surgem de nosso “pertencimento” a culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas e, acima de tudo, nacionais. (Hall, 2006: 8)

1.1.3 MULTICULTURALISMO *versus* INTERCULTURALISMO

Segundo Wood *et al.*, citado por Nasar Meer & Tariq Modood (2011: 183):

“Multiculturalism has been founded on the belief in tolerance between cultures but it is not always the case that multicultural places are open places. Interculturalism on the other hand requires openness as a prerequisite and, while openness in itself is not the guarantee of interculturalism, it provides the setting for interculturalism to develop”. (Nasar Meer & Tariq Modood (2011: 183)

De acordo ainda com Meer e Modood (2011), existem quatro maneiras para contrastar as noções do interculturalismo e multiculturalismo. Primeiro, referem o interculturalismo como algo maior do que a simples coexistência; este promove mais

a interação e o diálogo do que o multiculturalismo. Em segundo lugar, o interculturalismo é concebido como algo menos baseado em grupos individualistas e mais rentáveis a nível de inter-relações do que o multiculturalismo. Terceiro, o interculturalismo é algo mais comprometido com uma noção mais forte de um “todo”, no âmbito da coesão social e da cidadania nacional. Por último, defende que, enquanto o multiculturalismo tende a ser iliberal e relativista, o interculturalismo por sua vez se mostra crítico das práticas culturais iliberais, como parte do processo de diálogo intercultural (Meer e Modood, 2011).

Numa perspetiva sociológica mais global, o interculturalismo é uma atitude humanista que deseja o diálogo, o respeito pelas diferenças e a compreensão mútua. O conceito de intercultural implica, na opinião de Vieira (1999:151) “as noções de reciprocidade e troca de aprendizagem, na comunicação e nas relações humanas”. A definição de multiculturalismo revela uma abordagem no âmbito da simples convivência e justaposição de culturas diferentes; pelo contrário o conceito de “interculturalidade” visa sublinhar a interação das culturas e das pessoas que as vivem e representam. Para Homi Bhabha, filósofo indiano “A articulação social da diferença, da perspetiva da minoria, é uma negociação complexa, em andamento, que procura conferir autoridade aos hibridismos culturais que emergem em momentos de transformação histórica” (Bhabha, 1998: 20-21).

A prática do interculturalismo deve-nos ser algo incutido desde tenra idade. Devemos estar preparados para saber promover o diálogo intercultural e ter noção da existência das diferenças culturais de modo a participar na integração dos “outros” na nossa sociedade ou mesmo adequar o nosso comportamento no caso de nós próprios nos introduzirmos numa sociedade culturalmente diferente. Castaño e Ruiz-Matas (Castaño e Ruiz-Mata, 2000: 229) revelam a importância da formação intercultural afirmando que esta deve “proporcionar condições para que os indivíduos sejam

conscientes da multiplicidade cultural que os rodeia e aquela a que os mesmos estão a aceder. Se definimos as sociedades como “multiculturais” - independentemente da presença de diversos grupos étnicos, de diversas línguas ou, por exemplo, de diversas religiões-, se partirmos da ideia de que estamos na presença de diferentes versões culturais, devemos então entender que as sociedades devem preparar-se, existam ou não imigrantes estrangeiros nelas, para que os indivíduos possam desenvolver-se dentro de tais diversidades”²

² Tradução livre. No original: “La formación intercultural debe propiciar las condiciones para que los individuos sean conscientes de la multiplicidad cultural que les rodea y a la que están accediendo. Si definimos a las sociedades como multiculturales —independientemente de la presencia de diversos grupos étnicos, de diversas lenguas o, por ejemplo, de diversas religiones- si partimos de la idea de que siempre tendremos diferentes versiones culturales, debemos entender entonces que las sociedades deben prepararse, existan o no inmigrantes extranjeros en ellas, para que los individuos puedan desenvolverse en tales diversidades” (Castaño e Ruiz-Mata, 2000: 229).

1.2. O LUGAR DO MARTIM MONIZ: BREVE INCURSÃO HISTÓRICA

Para uma melhor leitura e compreensão do território a intervir, torna-se necessário entender a linha de acontecimentos históricos e temporais com tradução direta na transformação da paisagem do Martim Moniz. Este subcapítulo procurará abordar os diferentes tempos de construção e evolução do território, fazendo-se em simultâneo uma incursão ao fenómeno do multiculturalismo, contextualizado na zona do Martim Moniz. Esta abordagem histórica procura não só demonstrar a particularidade deste lugar como também reafirmar a sua capacidade de reinvenção da identidade deste lugar.

Para esta análise, utilizamos como referências bibliográficas principais os trabalhos de Marluci Menezes: *A Praça do Martim Moniz: Etnografando lógicas socioculturais e inscrição da praça no mapa social de Lisboa* (2009) e de Nuno Domingos e Elsa Peralta com a *Cidade e Império: Dinâmicas coloniais e reconfigurações pós-coloniais* (2014).

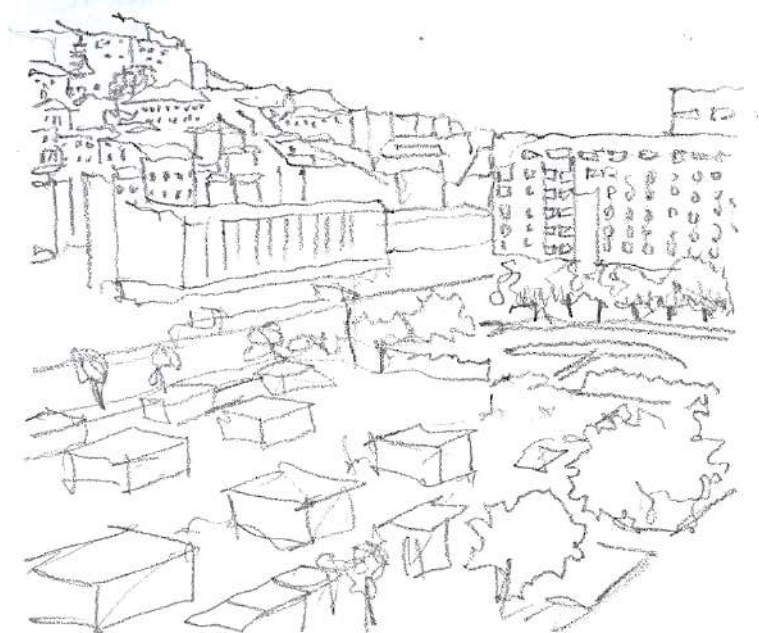


Fig.1 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ, LISBOA

fonte: esboço da autora (2017)

Embora não faça parte da memória histórica dos que habitam e passam pela cidade de Lisboa, convém relembrar que o Martim Moniz foi uma extensão do bairro da Mouraria até à primeira metade do século XX. A Mouraria foi o *gueto* destinado aos mouros após a reconquista cristã de Lisboa no ano de 1147 (Menezes, 2009: 305).

Para Menezes (2009: 306) “A estrutura urbanística do local onde atualmente se insere a praça praticamente se manteve inalterada até a primeira metade do século XX”. Em 1937, já sob domínio do Estado Novo, foram realizadas grandes obras públicas, que implicaram mais demolições, de modo a resolver os problemas sociais, mas também de tráfego e assim proceder--se à configuração do espaço.



Fig.2 | OBRAS DE DEMOLIÇÃO NA PRAÇA DO MARTIM MONIZ (1947), LISBOA

fonte: Arquivo Municipal de Lisboa

Entre 1930 e 1960, em pleno Estado Novo, foi promovida uma política urbana defensora de um “urbanismo civilizador” e difusor de uma perspectiva de “higienização e embelezamento” (Menezes, 2009: 306). Em 1938 a Câmara Municipal de Lisboa, sob a presidência de Duarte Pacheco, contratou o arquiteto – urbanista Étienne de Gröer, que juntamente com os serviços técnicos municipais, definiu as grandes linhas de desenvolvimento da cidade. (CML, n.d). O novo plano de urbanização é marcado por

um conjunto de obras públicas de grande dimensão, que promoveu a modernização da cidade. É neste sentido que o Estado aposta na destruição dos bairros antigos e na edificação de uma malha retilínea, composta por construções “nobres”, mais urbanas e mais rentáveis.

“Entre 1946-1949, foi destruída a Igreja do Socorro e o que ainda restava do palácio Marquês do Alegrete, seguindo-se todo o quarteirão que os envolvia. No lugar das ruas que lhes eram contíguas nasceria um largo que passou a ser designado por Martim Moniz, nome de um mito da reconquista cristã³”. (Menezes, 2009: 306). Demolida grande parte da zona baixa do bairro da Mouraria, as atividades marginais (prostituição, tascas e indivíduos de vida parasitária) que ali se instalaram durante séculos, foram empurrados também para as zonas envolventes. Durante décadas, o novo largo viu-se arrastado por diversas propostas nunca executadas.

“Ainda em finais da década de 1940, também se destruiu, na praça da Figueira, o mercado popular. Em face da proximidade dessa praça com a Mouraria, os que vendiam naquele mercado foram provisoriamente instalados em pavilhões pré-fabricados no desolado espaço que se havia tornado o largo do Martim Moniz. Esses pavilhões ali permaneceram até à década de 1990” quando os seus comerciantes foram novamente transferidos para um outro espaço provisório. (Menezes, 2009: 307). A partir daí o largo fica abandonado a um cenário desolador, “ocupado por

³ Segundo a lenda, Martim Moniz foi um nobre cavaleiro de elevado heroísmo que lutou ao lado de D. Afonso Henriques durante o cerco de Lisboa pelos mouros. Ao aperceber-se que uma das portas do então Castelo dos Mouros (hoje Castelo de São Jorge) estava entreaberta, Martim Moniz atacou-a sozinho, sacrificando a vida ao atravessar o seu próprio corpo no vão da mesma, impedindo que esta se fechasse. Este gesto permitiu-lhe ganhar algum tempo, o suficiente para que os seus companheiros chegassem ao Castelo e o pudessem conquistar. A porta em causa foi batizada com o nome do nobre cavaleiro. Na Revista Municipal de 1960, lê-se o seguinte fragmento narrado na terceira parte da Monarquia Lusitana de Frei António Brandão: «*Morreo Martim Moniz à entrada da porta q conserua o seu nome, parte mais arriscada por onde os Portugueses acometerão. Hús dizem que tede os nossos entrado na Cidade, & sendo rebatidos dos Mouros que pretendiaõ fechar outra vez aquella porta, pelejou com tanto valor o esforçado Capitão, até q perdendo a uida fêz de seu corpo ponte para os nossos passarem, & impedio aos Mouros seu intento. Outros querem que sendo ferido na entrada desta porta de hum golpe mortal, foi milagrosamente seguindo & ferindo os Mouros com a cabeça meia cortada até cahir morto em a outra parte do Castello, para onde fica a Igreja do Apostolo Santiago. De qualquer modo se teue sua morte por notauel, & em hum nicho sôbre a mesma porta se mandou pôr húa cabeça de pedra, que ainda boje se conserua em memória da sua. Honrosa lembrança, & justa remuneração deuvida a que com tanta gloria offereceo a vida pella fé & honra da pátria, na entrada da mayor Cidade, no lugar de mayor dificuldade*» (Branco, 1960: 6).

escombros, lixo e como lugar de estacionamento” (*ibid*: 307). Dos vazios deixados pela destruição da Baixa da Mouraria nasceram, na década de 50, alguns edifícios destinados a comércio e o Hotel Mundial, projetados por Pardal Monteiro. Com a demolição da zona baixa da Mouraria, previu-se o alargamento das acessibilidades e desafogo no largo, mas o novo hotel asfixiou a passagem entre a Baixa da Mouraria e a Baixa Pombalina, evidenciando fronteiras tanto de natureza física como social. “Em 1967 surge um segundo plano de urbanização para a cidade. Uma das intenções desse plano era a modernização de toda a área do Martim Moniz a partir da sua renovação e revitalização, privilegiando a acessibilidade automóvel em detrimento da ideia de uma praça” (*ibid*: 307).

A segunda metade da década de 70, o bairro é marcado por uma nova realidade com a chegada de imigrantes oriundos dos mais variados países (africanos, brasileiros, indianos e paquistaneses) e a introdução de comércio grossista promovido pelos mesmos. Muitos desses comerciantes passam a viver na zona da Mouraria e redondezas. “Para além de portugueses, lisboetas e indivíduos de nacionalidade afim aos comerciantes, os ciganos se constituem como importantes clientes desse comércio grossista” (Menezes, 2009: 308-309).

Em 1980 a EPUL (Empresa pública de Urbanização de Lisboa) promove um primeiro concurso público com vista à renovação do largo do Martim Moniz. Deste concurso foram selecionadas três propostas da autoria dos arquitetos Tomás Taveira e Francisco Silva Dias e da parceria José Lamas/Carlos Duarte. A proposta desta última parceria vence o concurso com um plano que apostava em “equipamentos, comércio em geral, comércio alimentar, escritórios, instalações culturais, salas de espetáculos, habitação e estacionamento” (*ibid*: 307). No entanto o projeto não foi executado na sua totalidade. Foram construídos dois centros comerciais: Centro Comercial da Mouraria e Centro Comercial do Martim Moniz – um no lado norte da praça e um outro edifício no local do Arco e Palácio do Marquês de Alegrete.

Na década de 90, a zona começa a adquirir fama pela grande concentração de comércio que ali se praticava e no seguimento estabelecem-se mais comerciantes

africanos e indianos, instalando-se ainda imigrantes de origem chinesa. Dado o fato do súbito crescimento de procura e de visitantes na zona, é construído então um parque de estacionamento sob a plataforma do largo. Como tal, a área à superfície procurou ser arranjada de modo a criar acessos ao parque. Em 1997 é concluído o arranjo da Praça com autoria dos arquitetos Daniela Ermano, João Paulo Bessa e Ribeiro Teles. Passou desde então a denominar-se Praça do Martim Moniz. Apesar destas intervenções, a praça continuou sem grande interesse do público. Passou a ser usada apenas como espaço de passagem entre as zonas comerciais em sua volta. Em 1998, são instalados na praça 44 quiosques a pedido da Câmara Municipal. “Quiosques que se manterão ora fechados ora abertos num regime de descontinuidade que nunca permitiu a fixação de comerciantes. Em contrapartida as atividades ilícitas que em torno deles se exercem, provocam um clima de exceção e insegurança” (Domingos *et al.*, 2014). A praça “ficou obstruída com os quiosques ali colocados” (Menezes, 2009: 310). Esta iniciativa também não se mostrou satisfatória, visto que passado um ano desde a sua instalação, a maioria dos quiosques continuavam desocupados. “Em dezembro de 2000, o fracasso dos quiosques era um dado e a CML resolveu retirá-los, doando a maior parte deles às paróquias da cidade. Na praça, somente restou uma dezena deles, ocupados com artesanato, numismática, jornais e revistas, e com um ponto de segurança” (*ibid*: 313). “A retirada dos quiosques da praça deixou-a mais desafogada, o que intensificou a sua apropriação, nomeadamente por quem já a utilizava, assim como aumentou a frequência por parte dos turistas e dos clientes do comércio grossista, costumando esses últimos atravessá-la no percurso que os leva às caves do Centro Comercial do Martim Moniz, ficar nos bancos ou num dos *snack-bars* ali existentes” (*ibid*: 313).

1.2.1. A PRAÇA DO MARTIM MONIZ: INTERVENÇÕES URBANA SRECENTES

Passando por diversos processos de revitalização e remodelação, a Praça do Martim Moniz é hoje considerada uma das maiores referências do multiculturalismo na cidade

de Lisboa. A grande concentração de uma diversidade de grupos sociais e modos de vida que sempre se fez aqui sentir, levou a que neste lugar se concentrem as mais variadas ofertas ao nível do comércio, restauração, música e outros eventos culturais.

O Mercado de Fusão

“Numa nova tentativa de remodelar a Praça nas suas práticas e significados, em Maio de 2012 é assinado um contrato entre a EPUL (que detinha a tutela da Praça do Martim Moniz), a Câmara Municipal de Lisboa e a empresa NCS⁴ (Caldas, 2015: 10). A intervenção foi inaugurada em Junho de 2012. Em acordo com a Câmara Municipal de Lisboa, o objetivo primário de ambas as instituições passa pela concessão e exploração da praça. Assim nasce o *Mercado de Fusão*,, tendo como eixo orientador o conceito multiculturalismo, fazendo da Praça do Martim Moniz um local cultural onde a animação, o artesanato, o comércio e a restauração lhe dão vida, chamando novas pessoas à praça, criando espaços de consumo atraentes. O *Mercado de Fusão* é descrito pela própria NCS da seguinte forma:

Mercado de Fusão: Na Praça do Martim Moniz provam-se sabores do Mundo e respira-se cultura. A premissa de partida é que este seja um espaço dinâmico, ponto e ponte de contacto através da gastronomia, intervenções artísticas, instalações, cinema, exposições, workshops, música, feira e muita animação. Todo o projeto se desenrola à volta dos 10 quiosques de comida do mundo: podemos encher a alma e aliviar o espírito com as mais tentadoras iguarias daqui e d’além mar. Cores e cheiros que nos fazem viajar desde a China à Argentina, do Japão ao Brasil com paragem

⁴ Estabelecida em Lisboa desde 2004 a NCS é uma empresa que trabalha na área do entretenimento. Atualmente sediada no Lx Factory em Lisboa, a NCS assumiu desde o início uma visão empresarial de excelência com uma atitude clara de envolvimento profissional e emocional com cada projeto e cada cliente, tendo ainda desenvolvido interessantes projetos como o Out Jazz e o Mercado de Fusão.

obrigatória por África e Bangladesh. Os petiscos portugueses também têm lugar marcado nesta espiral de sabores” (site da NCS).

O Mercado de Fusão acontece todos os fins-de-semana e traz à praça sabores dos quatro cantos do mundo, concertos, exposições e outras iniciativas. Entre os eventos acolhidos no Martim Moniz, destacam-se o *Street Fest*, o *Bollywood Holli*, e as Comemorações do Ano Novo Chinês.



Fig.3 | MERCADO DE FUSÃO DO MARTIM MONIZ, LISBOA

fonte: <https://mb.web.sapo.io/7e08cf036b0f1b311f1c455fb68359dc39e080ac.jpg>

Os quiosques que constituem o elemento central do Mercado de Fusão compreendem dez estabelecimentos com uma oferta gastronómica que pretende espelhar as diferentes origens culturais que habitam o bairro. Funcionando durante um horário alargado, os visitantes podem aproveitar para se deliciarem com os mais diversos sabores ao som de música alternativa que remete para diferentes ambientes. Aos sábados é organizada uma feira que preenche as tendas que se encontram vazias durante a semana.

Em redor da Praça

Analisando todas as iniciativas propostas para a Praça, é importante também ter em conta os espaços circundantes e as dinâmicas que se estabelecem em seu redor.

A Praça é ladeada dos dois lados pelos Centros Comerciais do Martim Moniz e da Mouraria, ambos albergando uma grande variedade de comércio grossista que é maioritariamente gerido e frequentado por populações imigrantes. Ao lado do Centro Comercial da Mouraria encontra-se a Capela da Nossa Senhora da Saúde e um pequeno largo que dá entrada para a Mouraria. No extremo Sul da Praça podemos ainda dar conta de uma enorme movimentação que se estabelece entre o Hotel Mundial e a paragem do elétrico 28. Inserida no centro histórico, a Praça abre acesso para a Mouraria, seguindo as Escadinhas da Saúde e para a Baixa Pombalina através da Rua da Palma e Poço do Borratém.

CAPÍTULO. II | ESPAÇO PÚBLICO

2. ESPAÇOS PÚBLICOS

“A cidade é um lugar de encontro e seus espaços públicos são os lugares que possibilitam estes encontros.”

Gehl & Gemzoe (2000: 7)

2.1. IMPORTÂNCIA E FUNÇÕES DO ESPAÇO PÚBLICO

Os espaços públicos de uma cidade são uma vibrante combinação de sons, cheiros, cores, monumentos, conversas e olhares. Pessoas apressadas, brincadeiras de crianças, casais em passo lento, conversas de grupo, turistas, artistas de rua são realidades que se vivem nos espaços públicos. Espaços para caminhar, sentar, permanecer, observar. Espaços desafogados, ruas, praças, jardins, largos onde acontecem as mais variadas atividades desde as acima referidas até a festas temáticas, música, manifestações, celebrações religiosas, entre outras.

O lugar público é aquele que todos podem aceder livremente. Espaço social, aberto e acessível à comunidade. “Lugares urbanos abertos ao público que habitualmente congregam um elevado número de pessoas.” (Barnett, 2003: 288). Na perspectiva de Warren, citado por Barbosa (2014), os espaços públicos são “espaços que sugerem uma abertura e um livre acesso a todos (...) onde estranhos se encontram de forma igualitária e onde existe liberdade de expressão e de reunião entre cidadãos.” (Barbosa, 2014: 11). Para Indovina, “os espaços de propriedade pública, de acesso ilimitado, gratuitos, sem condicionamentos serão os espaços que melhor interpretam o conceito de espaço público.” (2002: 120). De forma complementar, Borja defende o

espaço público como “o espaço da representação em que a sociedade se faz visível”⁵ (Borja, 2000:8). Ainda na sua reflexão sobre os espaços públicos, este autor afirma que “o espaço público supõe, pois, domínio público, uso social coletivo e multifuncionalidade. Caracteriza-se fisicamente pela sua acessibilidade, o que faz dele um fator de centralidade”⁶ (*Ibid*: 28).

O espaço público é um elemento estruturante do espaço urbano. Enquanto espaço da cidade e parte da sua paisagem, possui valor pela relevância que o seu uso e função exerce na sociedade e pela relação que estabelece com a cidade. Para Lynch (1982), não são apenas as partes físicas e imóveis da cidade que são importantes, sublinhando que as pessoas e as suas atividades são igualmente uma característica que define o lugar. No seu livro *A imagem da cidade*, Lynch afirma que “não somos apenas observadores deste espetáculo, mas sim uma parte ativa dele, participando com os outros num mesmo palco” (Lynch, 1982: 11-12).

O espaço público deve ser considerado, segundo Indovina, “o fundador da cidade (...) no fundo, o espaço público é a cidade” (2002: 119). Para o bom funcionamento de um espaço público, é necessário que este apresente uma diversificação de usos. Um espaço público bem concebido acrescenta vitalidade numa cidade. Para Gehl (2011) a vitalidade de um espaço público está dependente da presença de um elevado número de atividades opcionais e sociais. Com efeito, os espaços públicos onde as pessoas possam interagir, são sempre mais estimulantes, porque são ricos em experiências, em contraste com espaços que não são movimentados.

Com todas as suas características particulares, o espaço público procura ganhar a sua notoriedade na cidade. Nenhum espaço público é igual a outro e assim sendo, estes espaços contribuem para a estruturação das cidades conferindo-lhe identidade. Carmona e Tiesdell (2007) definem identidade de um lugar como resultado de um

⁵ Tradução livre. No original: “El espacio público es el de la representación, en el que la sociedad se hace visible” (Borja, 2000 :8)

⁶ Tradução livre. No original: “El espacio público supone pues dominio público, uso social colectivo y multifuncionalidad. Se caracteriza físicamente por su accesibilidad, lo que le hace un factor de centralidad.” (Borja, 2000: 28)

conjunto de intenções subjetivas e experienciais, não o resultado de cenários e edifícios. A liberdade proporcionada pelos espaços públicos da cidade permite que os usuários reinventem práticas e maneiras de vivenciar o espaço. Esta relação que o homem cria com o espaço reflete-se na configuração urbana da cidade.

Segundo Lynch “A cidade não está construída apenas para um indivíduo, mas para grandes quantidades de pessoas, com antecedentes altamente variados, com temperamentos diversos, de diferentes classes, com diferentes ocupações” (Lynch, 1982: 123). Nesta perspectiva, é fundamental insistir num desenho urbano que integre atividades para todo o tipo de necessidades e vivências; assumindo-se o espaço público como um produto do desenho urbano capaz de promover as interações sociais. Deverá garantir diversidade de funções para aumentar por sua vez a diversidade de usuários.

2.2 O ESPAÇO PÚBLICO - ESPAÇO POLIVALENTE DE INTERCÂMBIO SOCIAL E CULTURAL

Em termos sociais o espaço público incentiva potencialmente a mistura social. O seu uso é um direito de cidadania de primeira ordem, o espaço público deve garantir, em termos de igualdade, a apropriação por parte dos diferentes coletivos sociais e culturais (Borja, 2000). O espaço público representa também uma dimensão sociocultural que resulta num “lugar de relacionamento e identificação, de contacto entre as pessoas, de animação urbana, e as vezes de expressão urbanas.” (Borja, 2000: 27). Os espaços públicos manifestam-se como palco de interações sociais, no sentido de minimizar os fenómenos de exclusão e marginalização e dar oportunidade à expressão cultural. É neles que se “expressa a diversidade, produz-se o intercâmbio e aprende-se a tolerância” (Borja, 2000:67).

Proporcionar um ambiente seguro e agradável para o intercâmbio social é uma ferramenta importante para o uso do espaço público. A sua qualidade, segundo Borja poderá avaliar-se “pela intensidade e qualidade das relações sociais que promove pela

sua força de mistura de grupos e comportamentos, pela sua capacidade de estimular a identificação simbólica, a expressão e integração cultural.”⁷ (Borja, 2000: 28). Apostar na sua multifuncionalidade e polivalência, será um ponto de partida para o aumento de expressões culturais diversas.

Analisando o tema do multiculturalismo e consequentemente o interculturalismo é discutível até que ponto estes lugares desafiam o diálogo entre diferentes culturas ou se são apenas lugares onde cada grupo étnico define o seu “espaço” sem promover o interculturalismo. Em certos casos, ainda que os espaços públicos sejam abertos a todos, há restrições sociais que emergem no processo de interação e que fazem com que os diferentes grupos sociais não frequentem os espaços públicos da mesma forma. Deste modo “as grandes distâncias sociais e culturais dificultam a interação, quando não a inviabilizam. Essa é uma das razões que explicaria a existência, em alguns espaços públicos contemporâneos, da copresença, mas não da interação” (Andrade e Baptista, 2015: 136). Os espaços onde se desenrolam “atividades de socialização da comunidade são os espaços públicos não lineares” (Serdoura, 2007: 150). Como espaço não linear, numa perspetiva de conceção espacial, Gehl e Gemzoe classificam-no como “resultado de sucessivas intervenções na cidade, alterando voluntariamente a sua configuração até lá existente”. (Gehl e Gemzoe, 2000: 31)

A cidade, o espaço público e as pessoas, isto é, os seus utentes, estão constantemente ligados, e para melhor responder às “pessoas que usam quotidianamente o espaço público, há que tentar relacionar os espaços públicos com o contexto urbano em que estes se inserem, de forma a analisar as mudanças culturais e da vida urbana que as pessoas promovem individualmente e em grupo, já que são essas mesmas mudanças que produzem novas necessidades e novos espaços” (Serdoura e Silva, 2006: 7). A dinâmica da cidade pode promover espaços de usos e usuários diversos. A forma como estes espaços são desenhados e concebidos traduzir-se-ão no nível e qualidade de

⁷ Tradução livre. No original: “(...) por la intensidad y la calidad de las relaciones sociales que facilita, por su fuerza mezcladora de grupos y comportamientos; por su capacidad de estimular la identificación simbólica, la expresión y la integración culturales” (Borja, 2000: 28)

integração social. Entende-se por esta última a ordenação das relações entre indivíduos, agrupamentos de indivíduos, atos individuais e atos coletivos, o que requer alguma partilha de orientações (normas, valores e o ideias). Definida por Demetrios Papademetriou (2003), integração social entende-se por um processo interativo que ajusta e adapta mutuamente os imigrantes e a sociedade de acolhimento, com fim à formação de um todo integrado, baseando-se na reciprocidade. Uma sociedade que se encontra perante o fenómeno do multiculturalismo deve combinar dimensões de participação social e estratégias desenvolvidas para garantir vivência igualitária e a partilha.

2.3 O ESPAÇO PÚBLICO COMO POTENCIADOR DO TURISMO E DA CULTURA

O turismo e o lazer são atividades que desempenham um papel cada vez mais importante na sociedade e na cidade atual. A cidade é a imagem da sua história, sendo um palco de memórias e valores adquiridos ao longo da sua existência. O turismo, modelando fortemente a cidade contemporânea, desenvolve-se no sentido de criar uma aparência apelativa para os seus visitantes. A escolha de um destino turístico é um resultado duma série de informações e atrações que cada um oferece. De acordo com a Organização Mundial do Turismo (1998), um destino turístico pode ser definido como: “Um espaço físico no qual um visitante permanece pelo menos uma noite. Inclui produtos turísticos, abrangendo infraestruturas de suporte e atrações, e recursos turísticos à distância de um dia de viagem de ida e volta. Possui delimitação física e administrativa que circunscreva a sua gestão, e uma imagem e perceção definindo a sua competitividade de mercado” (Santos, 2016:11). Para Santos, o turismo é um fenómeno que “explora, de forma específica, um conjunto multidimensional de recursos: espaciais, ambientais, humanos, culturais” (2016: 11).

Ao abordar o fenómeno do turismo, fala-se principalmente da renovação da imagem da cidade de maneira a torná-la mais atrativa. As suas dinâmicas partem da relação do

espaço público com a arquitetura. É nele que se evidenciam e se desenvolvem os valores identitários da cidade. Transformados em símbolos de poder, símbolos culturais e símbolos turísticos, estes valores conseguem integrar-se nos novos princípios capitalistas da produção urbana. As cidades fazem uso desses valores e dos seus símbolos mais impactantes, transformando-os em elementos icônicos, promovendo assim a sua exclusividade no âmbito turístico. Nas figuras abaixo pode-se observar elementos que identificam uma cidade e que funcionam como motores de atração turística. Por exemplo, a Torre Eiffel surge como reflexo do turismo da cidade de Paris e a Estátua da Liberdade para a cidade de Nova Iorque. São este género de elementos urbanos que impulsionam o turismo.



Fig.4 | ESTÁTUA DA LIBERDADE, NOVA IORQUE

fonte:<http://www.infoescola.com/curiosidades/estatua-da-liberdade/>



Fig.5 | TORRE EIFFEL, PARIS

fonte:<http://www.photo-travel360.com/europa/paris/torre-eiffel-em-360-graus-paris/>



Fig.6 | COLISEU DE ROMA, ROMA

fonte: <http://www.storiavivaviaggi.it/tours/visite-guidate->

O espaço público é um lugar de poder político, económico, social, artístico e cultural. Através do espaço público, a arte manifesta-se na cidade, mobilizando-se novas arquiteturas culturais e efémeras. As cidades procuram criar arquiteturas novas de modo a corresponder à crescente procura turística. Começam então a serem integradas diferentes funções e diferentes símbolos que garantam o aumento da produção económica. Ao criar elementos turísticos dinâmicos, a qualidade de vida da cidade evolui, tal como a sua imagem.

Procurando sempre a inovação e a reinvenção para acompanhar as estratégias do turismo, as cidades garantem assim a continuidade do mesmo e ao mesmo tempo a revitalização urbana. Segundo Henriques, “o processo de afirmação e expansão do turismo foi acompanhado pelo esforço da sua expressão territorial” (Henriques, 1996: 41) e arquitetónica, marcando o espaço urbano. A conceção do mesmo e da arquitetura é agora apoiada e associada à conceção do espaço turístico, tentando-se que o número de visitantes aumente a cada intervenção feita. Segundo Borja “a monumentalidade do espaço expressa diversas funções: é um referente urbanístico, manifestações da história e vontade de poder, símbolo da identidade coletiva.”⁸ (Borja, 2000: 42). Sendo a cultura considerada como um novo valor da sociedade contemporânea, o espaço público naturalmente passa a ser o lugar privilegiado da sua manifestação.

Analisando as produções arquitetónicas que melhor representam as dinâmicas culturais, pode-se constatar que os equipamentos culturais como museus, centros de arte, cinemas, teatros e óperas são os que mais facilmente absorvem a sua produção. Estes são os espaços que sustentam o turismo urbano, dando um grande contributo para a redefinição da imagem da cidade. “Os museus contemporâneos, mais concretamente os museus de arte, são não só algumas das construções mais importantes e mais respeitadas no âmbito do espaço público, mas são ainda, na maioria dos casos, materializações surpreendentes puras das suas posturas arquitectónicas subjacentes” (Lampugnani *et al*, 1999: 7).

Contrariando a iniciativa de construção de novos equipamentos urbanos para a intensificação do turismo, Françoise Choay (2005) refere que a relação entre turismo, património e cidade gera preocupação, pois o primeiro é visto como um potencial destruidor dos segundos. O turismo surge como anulação gradual do património e da cultura, tentando apagar a memória de uma sociedade. Acrescente-se que “o jogo museológico de modo distanciado e oportunista, despreza as marcas e vestígios do

⁸ Tradução livre. No original: “la monumentalidad del espacio público expresa y cumple diversas funciones; referentearbanístico, manifestaciones de la historia y de la voluntad del poder, símbolo de identidad colectiva” (Borja, 2000: 42)

passado, considerados anacrónicos. O objetivo é promover todas as potencialidades das novas técnicas e deixar assim emergir e desabrochar as novas práticas de uma contemporaneidade triunfante” (Choay, 2005: 25). Nuno Grande afirma que são “os novos monumentos que determinam, simbolizam e uniformizam as imagens que temos hoje das cidades, tornando-as cada vez mais iguais entre si” (Grande, 2002: 74). Com uma visão oposta à de Choay, Rossi (1984) defende que o que não tem capacidade de se transformar torna-se terrivelmente inútil. Uma cidade tem que ter a capacidade de acompanhar as mudanças das sociedades para promover o turismo em todas as épocas. A indústria do turismo deve adaptar-se às necessidades urbanas, permitindo o desenvolvimento, manutenção e recriação dos espaços da cidade. O turismo é cada vez mais praticado por pessoas culturalmente diversas, instruídas e exigentes, pelo que procuram experiências, eventos e vivências novas e diferentes.

2.4 NOVAS DINÂMICAS URBANAS ASSOCIADAS AO TURISMO EM LISBOA

Interessa-nos para esta investigação entender o turismo na cidade de Lisboa e o seu desenvolvimento. Vários são os elementos urbanos que impulsionam o movimento de visitantes na cidade, promovendo a cultura, o património e simultaneamente a economia. “O turismo constitui uma atividade motora do território, com efeitos indutores ao nível da atratividade económica, espacial e cultural, mas também ao nível de processos de reabilitação física e revitalização socio-espacial do tecido urbano” como refere Santos (2016:9).

A capital portuguesa é a quinta cidade europeia com o crescimento mais rápido em número de visitantes internacionais, segundo o estudo "Global Destinations Cities Index", da Mastercard e o “destino com melhor relação qualidade-preço” entre os 40 principais destinos de todo o mundo, nas conclusões do TripAdvisor. Só em 2017 a região de Lisboa registou um aumento de dormidas de 15,2% (DN, 2017). “Preços relativamente baixos, clima ameno, forte identidade cultural, riqueza patrimonial e da

paisagem, segurança e simpatia, oferta de lazer e vida urbana diversificada e cosmopolita” são fatores favoráveis de atratividade local. (Santos, 2016:12).

O turismo em Lisboa começa a desenvolver-se, segundo Santos (2016) com a inclusão de grandes eventos culturais e projetos com visibilidade internacional, ainda no séc. XX, como a “Capital da Cultura de 1994, a Exposição Internacional de 1998 e o Campeonato Europeu de Futebol de 2004” (2016: 12) que alargaram a procura e a oferta turística. Com a expansão da rede metropolitana na Baixa de Lisboa, em 1990, evidenciando-se a necessidade de requalificar as praças e os espaços públicos e consequentemente, aumentaram as ofertas associadas a estes espaços . Desde então, o número de visitantes tem vindo a aumentar. Entre 2009 e 2014, verificou-se um crescimento do turismo de 45%, com um aumento anual médio de 6% (Santos, 2016:12). As zonas de interesse histórico e patrimonial da Baixa de Lisboa e Belém e os bairros tradicionais são os focos de principal interesse turístico, mas também a requalificação da frente ribeirinha, a promoção do património imaterial e a oferta de turismo fora da zona metropolitana de Lisboa, surgem como novas atratividades locais (Santos, 2016).

O tecido urbano tem sido progressivamente invadido por espaços de comércio e lazer (lojas, restaurantes, casas de cultura associadas ao fado, espaços noturnos, etc) voltado para o turismo, multiplicando-se os espaços com nomenclatura anglófona. Uma intervenção de grande escala, procurando responder ao grande fluxo de turistas, é feita também a nível de oferta de alojamento como hotéis, hostels, apartamentos e programas de alojamento turístico, diz Santos (2016:19). Os preços competitivos, a proximidade de pontos de interesse, comércio de proximidade tendem a ser fatores fundamentais na escolha do espaço para pernoitar. Outra face visível do aumento de turistas é o movimento nos transportes públicos, sempre cheios. Também os controversos tuk-tuks que ladeiam as ruas estreitas da cidade têm vindo a multiplicar-se.

Olhando para os vários pontos positivos que se traduzem do fenómeno do turismo, percebe-se a necessidade de continuar a investir na requalificação de espaços

históricos e culturais e também criar novos espaços atrativos. A intenção de melhorar a qualidade das ofertas, não tem só como objetivo promover o turismo, mas também oferecer aos seus residentes espaços qualificados e melhor qualidade de vida. As pessoas fazem a cidade, e são elas que contribuem constantemente para a sua transformação. Quando o turismo acontece, as relações culturais e sociais ganham uma outra dimensão. De ambas as partes, tanto de quem visita como de quem recebe o visitante, espera-se uma interação pacífica e agradável.

Nas zonas onde a diversidade cultural é mais acentuada, nomeadamente Martim Moniz e Mouraria, que são os locais de interesse para a proposta de projeto, é possível observar algumas intervenções a nível de espaço urbano, com tendência para a “publicidade da cultura”, onde eventos culturais, animação, gastronomia internacional e comércio “trabalham juntos” para promover o multiculturalismo.

O turismo opera no sentido da atualização do património, fazendo a manutenção e mediação do significado histórico dos monumentos. A arquitetura reflete a sociedade, e inseridos numa sociedade de consumo turístico, os novos equipamentos que vão surgindo, respondem aos seus princípios. A importância da criação de uma imagem forte, de um sinal para atrair turistas é fundamental, pelo que a cidade não deve estagnar, mas sim adquirir novos elementos para revitalizar a sua imagem.

CAPÍTULO. III | CASOS DE REFERÊNCIA

Na organização e estruturação da componente projetual, foi importante analisar casos de referência que nos inspiraram e nos apoiaram na tomada de decisão sobre as soluções a adotar. Sendo projetos já desenvolvidos e conceituados, torna-se mais fácil entender as estratégias adotadas para uma solução bem-sucedida. Este capítulo incorpora projetos nacionais e internacionais e escolhidos como referência para o desenvolvimento da proposta de projeto.

3.1 HAIFA UNIVERSITY STUDENT CENTER

Arquitetos: Chyutin Architects

Localização: Haifa, Israel

Cliente: Haifa University

Ano: 2010



Fig.7 | UNIVERSITY STUDENT CENTER, HAIFA

fonte: <http://www.arch2o.com/haifa-university-student-center-chyutin-architects/>

A Universidade de Haifa foi construída sobre a projeção de um cume no Monte Carmelo. O local escolhido para o edifício do Centro de Estudantes apresenta uma topografia íngreme, com grandes desníveis. Este fato permite que o edifício alcance uma vista desafogada para um vale profundo, bem como para a baía. O contato com a natureza é bem evidente neste trabalho.

A conceção do edifício visa cumprir dois objetivos principais: a integração do edifício na paisagem natural circundante, por um lado, a clareza funcional, por outro. O telhado atua como uma extensão da estrada panorâmica com um género de “miradouro” nas suas extremidades. A ala da União dos Estudantes é uma estrutura semienterrada de quatro andares com a sua longa fachada envidraçada virada para a vista. Os andares superiores contêm os escritórios enquanto os andares inferiores as atividades públicas. As coberturas ajardinadas nos terraços, misturam-se com a topografia adjacente da montanha.

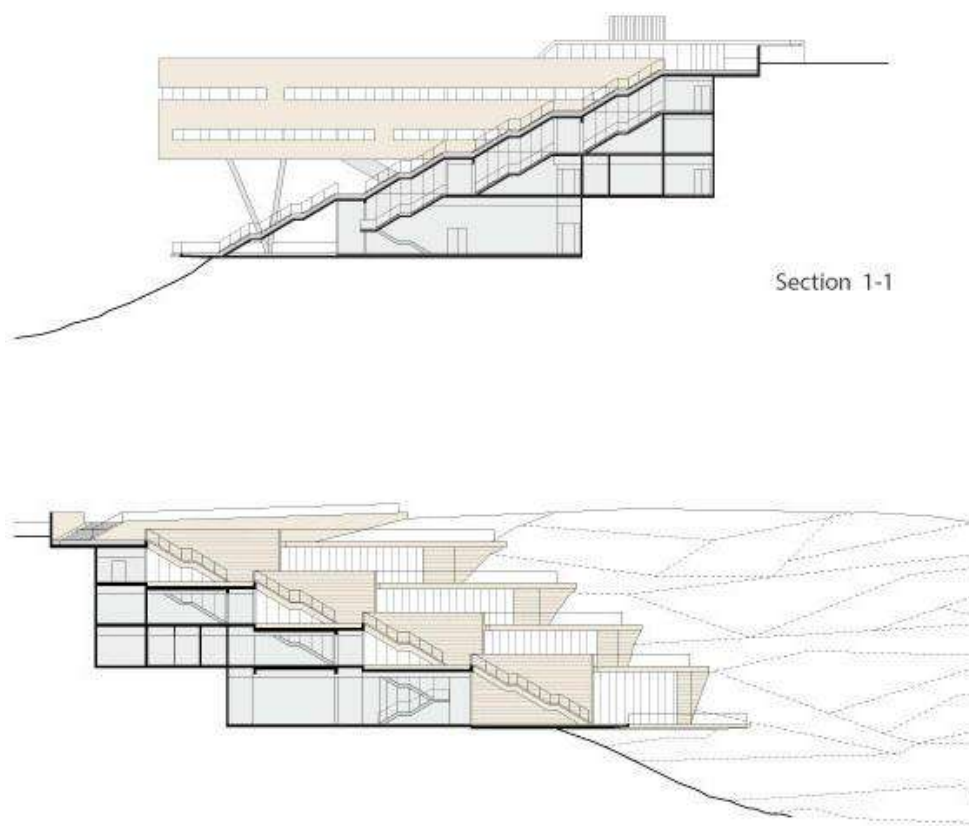


Fig.8 | CORTE DO PROJETO

fonte: <http://www.arch2o.com/haifa-university-student-center-chyutin-architects/>

Optamos por escolher e incluir este projeto nas referencias que tivemos em linha de conta na elaboração e desenvolvimento da nossa proposta projetual pelo facto de apresentar elementos semelhantes ao terreno onde se desenvolve o nosso projeto. Antes de mais o projeto foi desenhado numa topografia bastante nivelada e de acentuada diferença de cotas tal como no terreno de projeto. O edifício foi projetado por níveis recuados entre si, permitindo aos mesmos criar terraços ajardinados para uso público. A questão da diferença de cotas aqui existente remete para um outro problema por vezes se afigura de difícil resolução que é o facto de o edificado ficar semienterrado, impedindo a entrada de luz em todas as fachadas. Nestes casos, o programa deve ser bem estudado e distribuído para que usos com menos necessidade de luz ocupem as áreas onde esta não é alcançada.

3.2 CENTRO CULTURAL DO BOM SUCESSO

Arquitetos: Miguel Arruda

Colaboração: Arq. P. Pereira,
arq. J. Lisboa, arq. P. Nogueira,
arq. P. Dias, arq. C. Lino Gaspar

Localização: Alverca

Cliente: CM Lisboa

Ano: 2008



Fig.9 | CENTRO CULTURAL DO BOM SUCESSO

fonte: <http://0608.habitarportugal.org/ficha.htm?id=175>

Situado numa zona periférica fortemente marcada pela pressão urbanística extremamente densa e com acessibilidades muito complexas, o projeto acabou por tirar partido do forte declive e da diferença de cotas existente entre os dois arruamentos que o limitam a norte e a sul.

O objetivo consistiu em criar um edifício sob um manto verde, mais concretamente, um conjunto de núcleos funcionais, estes em torno de uma série de pátios ou paisagens interiores que lhes servem de complemento, e com uma vista privilegiada para o céu. Dentro do edifício, e a nível espacial, tudo acontece em torno de dois elementos. O Pátio das Coletividades e o Auditório que, por via da sua capacidade evolutiva, comporta cinco cenários bem diferentes que podem ir de uma sala para ensaios com 100 metros quadrados a um auditório com 112 lugares sentados ou uma área única de 530 metros quadrados, possível com o recolher da frente de vidro que separa o foyer do Pátio das Coletividades.



Fig.10 | CORTE DO PROJETO

fonte: <http://0608.habitarportugal.org/ficha.htm?id=175>

Tal como o projeto anteriormente referido, este é um outro exemplo de igual interesse para o projeto que desenvolvemos. Trata-se novamente de um edifício enterrado onde as entradas de luz são feitas através de claraboias. A estrutura e materialidade usada neste tipo de intervenções constituem uma referência para o desenvolvimento do nosso projeto. O edifício de carácter público alberga um auditório, elemento a incorporar na proposta de projeto, pelo que é importante perceber como é conseguida a sua absorção no conjunto arquitetónico. A grande diferença de cotas aqui presente é também um elemento em comum ao terreno de intervenção deste trabalho Final de Mestrado. No projeto em questão este problema é bem resolvido criando um edifício que permite uma ligação contínua desde a cota mais baixa à cota mais alta.

3.3 MERCADO DO BOM SUCESSO

Arquitetos: ARS Architectos
Remodelação: FA.A Architectos
Localização: Porto
Cliente: CM Porto
Ano: 1952
Remodelação: 2013



Fig.11 | MERCADO DO BOM SUCESSO, PORTO
fonte: <http://www.lsd.pt/post.php?mid=6&pid=6>

Em 1949, A pedido da Câmara Municipal do Porto, projeta-se o novo mercado da cidade. Só em 1952 é concluído e abre portas ao público. O novo edifício seria marcado por uma conceção arquitetónica moderna, com estrutura em betão armado e uma inovadora cobertura abobadada rasgada por grandes envidraçados, permitindo uma boa iluminação natural de todo o espaço. O edifício foi desenhado com três pisos, de forma a aproveitar o declive natural da área, sendo a sua periferia ocupada por lojas independentes. No primeiro piso localiza-se ainda uma galeria (que em grande parte sobrevive, depois da remodelação terminada em 2013) que circundava todo o mercado e dava acesso a lojas independentes, como talhos e padarias.

O Mercado do Bom Sucesso “sofreu” uma revitalização em 2013 depois de ter sido classificado como “Edifício de interesse público” no ano de 2011. A sua alteração funcional levou ao aumento de visitantes oferecendo ao público um vasto leque de serviços desde mercado de frescos a animações culturais, como por exemplo, pequenos concertos, musica de Dj’s, performances de dança, teatro, exposições e workshops para adultos e crianças. Oferece também restauração de gastronomia variada e espaços de aprendizagem que incluem showcookings e espaços de workshops. No interior dos 13.500 metros quadrados do imóvel foram

construídos "dois volumes", um para acolher um hotel de quatro estrelas com 85 quartos, outro destinado a escritórios.



Fig.12 | MERCADO DO BOM SUCESSO, PORTO
fonte: <http://www.lsd.pt/post.php?mid=6&pid=6>

Ao contrário dos casos de referência acima mencionados em que a análise era feita com base na topografia do terreno, este caso refere-se ao desenvolvimento programático. Atendendo a resignificação dos mercados que é uma tendência recente e que tem envolvido vários mercados nacionais, escolhemos o Mercado do Bom Sucesso (Porto) como referência na abordagem ao programa. Sendo a proposta de projeto de final de mestrado um Mercado Cultural e de Artesanato, é importante aferir a viabilidade de uma variedade de funções e usos e simultaneamente recriar uma nova imagem do mercado e dinamizar o espaço público. O Mercado não deve ser só um espaço comercial, mas também espaço de permanência, de convívio, de aprendizagem e de partilha. Para tal, foram analisados vários tipos de usos para alcançar um espaço de uso diversificado tal como foi conseguido no Mercado do Bom Sucesso e muitos outros como O Mercado da Ribeira (Lisboa), Central Market (Abu Dhabi), James Beard New Market (Nova Iorque), entre outros.

3.4 CASA DE ARTUR PRAT (EDIFÍCIO DA ORDEM DOS ENGENHEIROS)

Arquitetos: Arq. Ventura Terra

Ampliação: Aires Mateus –
Arquitectos, Lda.

Localização: Lisboa

Cliente: Ordem dos Engenheiros

Ano: 1912

Ampliação: 1994-1996



Fig.13 | EDIFÍCIO DA ORDEM DOS ENGENHEIROS, LISBOA

fonte: fotografia da autora

Em 1912, o escultor e pintor Artur Prat manda edificar a sua residência, projetada pelo arquiteto Ventura Terra. Em 1913 recebe uma Menção Honrosa do Prémio Valmor. Em 1918 a casa é adquirida pela Condessa de Arrochela, Brites de Miranda Montenegro, mas em 1935 a casa é hipotecada pelo banco devido a endividamentos. O edifício então é adquirido pela Associação dos Engenheiros Cívicos Portugueses e em 1936 é arrendado à Ordem dos Engenheiros, onde fica sediada até à data presente.

O crescimento da Ordem, e do seu número de membros, leva a direção a adquirir, em 1986, o lote de terreno com frente para a Avenida Sidónio Pais e o Parque Eduardo VII. É nesse espaço que se ergue a expansão da Ordem dos Engenheiros.

O piso inferior da nova construção faz continuação com o piso 0 do edifício pré-existente. A laje que limita o piso 0 existente é o pavimento da praça traseira do edifício. Incluiu-se no exterior um núcleo de escadas que pode ser acedido pelo interior, no piso inferior do antigo edifício, ou pelo exterior que corresponde a 1 piso acima do anterior referido.



Fig.14 | NÚCLEO DE ESCADAS DO EDIFÍCIO DA ORDEM DOS ENGENHEIROS, LISBOA

fonte: fotografia da autora



Fig.15 | EXTENSÃO DO EDIFÍCIO DA ORDEM DOS ENGENHEIROS, LISBOA

fonte: fotografia da autora

Este projeto é uma referência pelo fato de apresentar uma articulação interessante entre o novo e o antigo. A ligação entre os dois edifícios foi feita de forma engenhosa, deixando à vista apenas um núcleo de escadas envidraçado que não permite de imediato entender a sua lógica interna. O projeto que elaboramos também se inscreve no interior de um quarteirão pelo que é necessária uma integração coerente com a pré-existência. Tencionamos integrar uma lógica semelhante à utilizada no edifício acima mencionado visto que os edifícios pré-existentes no nosso terreno de intervenção foram incluídos no novo programa.

CAPÍTULO. IV | PROPOSTA DE PROJETO

4.1 ANÁLISE URBANA DO TERRITÓRIO DE INTERVENÇÃO: ALGUMAS PREMISSAS

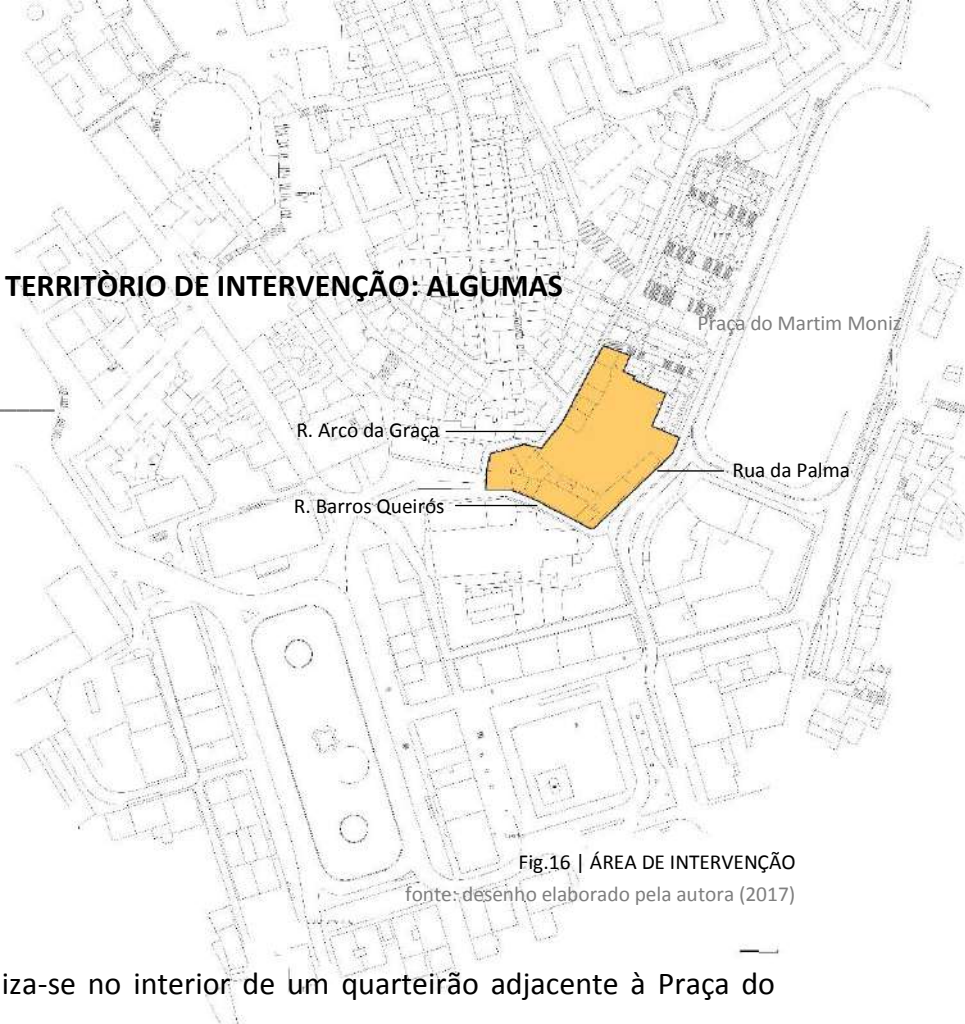


Fig.16 | ÁREA DE INTERVENÇÃO
fonte: desenho elaborado pela autora (2017)

O terreno a intervir localiza-se no interior de um quarteirão adjacente à Praça do Martim Moniz. Abrange um lugar bastante central e com grande potencial de ocupação. Os edifícios que compõem o quarteirão apresentam épocas de construção muito diferentes, desde o séc. XVI até o ano de 2001. Alguns dos mesmos apresentam-se em estado de degradação ou inabitados. Os edifícios virados para a Rua da Palma, desconsiderando os mais recentes, são edifícios datados entre o séc. XVI e XVII e apresentam uma forte concentração de comércio no piso térreo. Mas são as lojas de recordações que são mais recorrentes neste lugar.



Fig.17 ; 18 | EDIFÍCIOS ADJACENTES AO TERRENO DE INTERVENÇÃO (lado esquerdo)
fonte: fotografia da autora

O edifício que aparece na fig.17 não dispõe de qualquer tipo de uso nos seus pisos superiores e encontra-se em estado de degradação, enquanto o outro, à sua direita, tem um hostel instalado. Outros edifícios compõem este quarteirão; o edifício pertencente à Associação Portuguesa dos Amigos do Castelo e numa esquina virada para o Largo de São Domingos surge a Pensão Residencial Gerês. Os restantes edifícios do quarteirão são de habitação. No interior do quarteirão encontra-se um jardim (figuras 19 ; 20) de acesso restrito que pertence à Associação dos Amigos do Castelo, a uma cota bastante elevada.



Fig.19 ; 20 | JARDIM PERTENCENTE À ASSOCIAÇÃO DOS AMIGOS DO CASTELO

fonte: fotografia da autora

Após a análise do terreno de intervenção e a sua envolvente, é importante salientar aqui alguns dos aspetos mais importantes a tomar em consideração aquando do desenho da proposta:

a) a relação visual que se cria com a praça do Martim Moniz

b) os edifícios de habitação que se erguem do lado direito do terreno. (fig. 21). Deve-se assim adequar a proposta arquitetónica à preexistência de modo a não interferir de forma negativa com os seus residentes.



Fig.21 | EDIFÍCIOS DE HABITAÇÃO

fonte: fotografia da autora

c) a topografia do terreno que ao início surge como um problema, transforma-se numa oportunidade para fazer uma intervenção interessante. A acentuada diferença de 12 metros de altura entre as duas ruas que o delimitam, permite a projeção de um espaço público distribuído em plataformas.



Fig.22 | VISTA AÉREA DO TERRENO
<http://data.mapchannels.com/mm/dual2/m>

d) A entrada para o interior do quarteirão feita ao nível da praça encontra-se “abraçada” pelos edifícios envolventes, pelo que a mesma tem um dimensionamento significativamente inferior à largura do terreno. (fig. 23)



Fig.23 | ACESSO PARA O INTERIOR DO
QUARTEIRÃO, AO NÍVEL DA PRAÇA
fonte: fotografia da autora

A proposta envolve o interior do quarteirão e três edifícios que serão reabilitados e integrados no novo edificado. Respondendo ao problema da acentuada diferença de cotas, o percurso começará ao nível da praça e, através de escadarias exteriores e por uma lógica de patamares, acabará ao nível da rua de maior cota do terreno (R. Arco da Graça). Desenvolver-se-á um espaço público de permanência com zona de cafetaria, bares e esplanadas. A intenção passa por revitalizar o quarteirão e ao mesmo tempo o Martim Moniz e atribuir um novo polo de interesse e de vitalidade à cidade onde o principal cenário será o multiculturalismo.

4.2 A CONSTRUÇÃO DA PROPOSTA

As recentes iniciativas para revitalizar a zona do Martim Moniz relacionam-se com políticas e iniciativas concretas na área da reabilitação, sem esquecer as dinâmicas de turistificação que têm marcado a cidade. O conceito que é o fio condutor desta proposta é o multiculturalismo, pretendendo-se criar uma estratégia que facilite o encontro e interconhecimento entre imigrantes, visitantes e autóctones num ambiente de partilha e troca cultural. Surge como proposta a projeção de um Mercado de Artesanato, numa estrutura fixa com ofertas diversas, fugindo às configurações tradicionais dos antigos mercados.

4.2.1 A EVOLUÇÃO DOS MERCADOS

Os mercados, nas suas diferentes tipologias – rua, praça ou edifício – acompanharam a evolução histórica da sociedade, sendo que foram durante muito tempo, locais de grande importância, onde se realizavam as trocas comerciais, adaptando-se ao contexto geográfico, cultural, arquitetónico e social. Em todas as épocas, os mercados situavam-se em zonas centrais e eram polos de atração e concentração das populações. Desenvolvidos no centro de praças, ou em edifícios específicos, eram um espaço público onde se desenrolava várias atividades.

Grécia Antiga

Na Grécia Antiga as cidades tinham como espaço público principal a Ágora, praça central onde se desenvolviam atividades comerciais, culturais, sociais e políticas, sendo um local de grande importância para a vida dos cidadãos gregos. Há medida que

a atividade comercial foi ganhando importância, foram-se construindo edifícios dedicados unicamente ao comércio, os *Macellum*.⁹

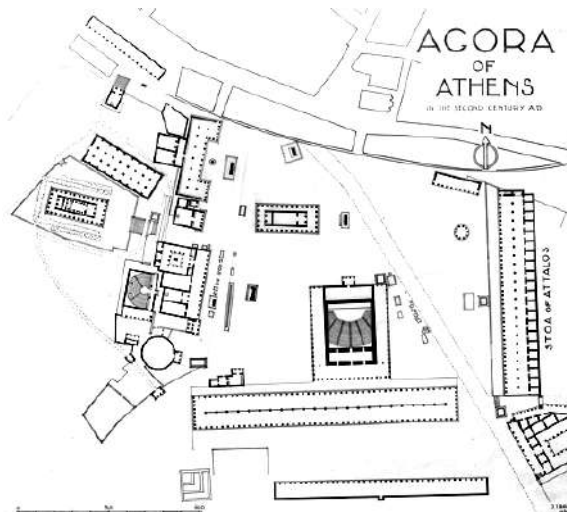


Fig.24 | ÁGORA DE ATENAS, final do sec. II a. C.

fonte: <http://www.estudoprevio.net/artigos/40/dossier-o-espaco-publico-flavio-barbini-a-agora-e-o-forum/>

Roma Antiga

Equivalente à Ágora Grega, na Roma antiga, o comércio desenvolvia-se no *Fórum*, ou em edifícios na envolvente, os *Fora*, dedicados exclusivamente ao comércio. A evolução do edifício mercado conduziu ao *Macellum*, que já não se resumia ao entorno do fórum.

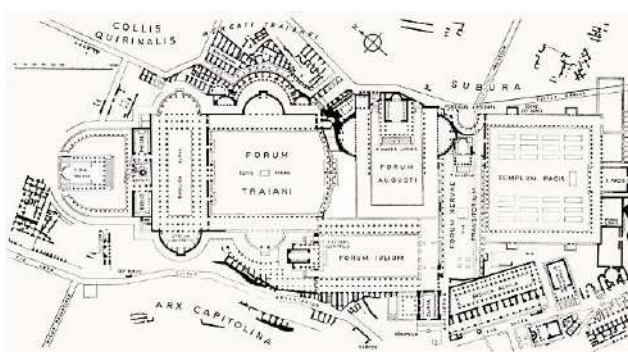


Fig.25 | PLANTA DE ROMA

fonte: <http://employees.oneonta.edu/farberas/arth/ARTH209/augustus.html>

⁹ Macellum é um mercado da época romana que se apresentava como um espaço fechado, contendo apenas uma entrada. O seu interior era ocupado por bancas em pedra para a exposição das mercadorias.

Idade Moderna (1492-1789)

No renascimento, em Itália, os mercados desenvolviam-se em praças, à semelhança do que aconteceu na Grécia e Roma antiga. O espaço central era rodeado por edifícios, apoiados em colunas e arcadas. No espaço central desenvolvia-se o comércio com bancas e barracas. *Loggia del Porcellino* (fig) é um espaço construído em colunas e coberto por abobadas de aresta onde ainda hoje se encontram barracas turísticas com venda de artesanato.



Fig.26 | LOGGIA DEL PORCELLINO, FLORENÇA -ITÁLIA
fonte:http://www.hoteldegliorafi.it/english/mon_loggia_porcellino.php

Idade contemporânea (de 1789 – até aos finais do século XIX)

A idade contemporânea nasce como consequência da Revolução Francesa (1789). Esta última marcou a história da arquitetura a partir da 2ª metade do século XVIII. Com o crescimento demográfico e consequentemente aumento de produção de bens e serviços; a disciplina do urbanismo instituída na altura teve como principais objetivos a organização e reestruturação das cidades de forma racional e dinâmica. Os equipamentos urbanos adotaram novas tipologias e novos sistemas construtivos. Nesta fase, o mercado assume-se como um edifício construtivamente limitado pelo metal e vidro. Por exemplo, o Mercat de Sant Antoni (fig.27) é um edifício modernista, inaugurado em 1882, obra do arquiteto Antoni Rovira i Trias que nos apresenta a sua construção em vidro e metal, materiais característicos dos mercados da época.



Fig.27 | MERCAT DE SANT ANTONI, BARCELONA
fonte: <http://www.passaportebcn.com/mercat-de-sant-antoni/>

A partir do séc. XX

Os mercados construídos no séc. XX sofrem uma nova experimentação a nível de materialidades, passando a ser usado o betão na sua construção, em vez do ferro. Por exemplo, o mercado do Bom Sucesso (fig.28) rompe a forma modular que se via nos mercados de ferro e vidro, expondo uma forma arrojada para a época em que se insere.



Fig.28 | MERCADO DO BOM SUCESSO, PORTO

fonte:https://recadosdemim.files.wordpress.com/2013/08/img_2752.jpg

Ao longo dos anos, de acordo com as diferentes necessidades, o espaço-mercado evoluiu. Assim, as características do edifício atual resultam das adaptações à tradição, arquitetura e cidade de cada época.

4.2.2 OS MERCADOS MUNICIPAIS

“Os mercados municipais são estruturas públicas de comércio tradicional, com um importante papel no abastecimento, à população, de produtos alimentares frescos. A sua expressão numérica e a sua dimensão média, por um lado, e a sua gestão antiquada, por outro, fazem admitir, desde que introduzidas novas regras de funcionamento, a viabilidade do seu crescimento, bem como da respetiva quota de mercado na comercialização dos produtos frescos.” (Dias, Letras e Costa, 2001)

Os Mercados Municipais revelam-se uma mais-valia para a dinamização dos centros das cidades, sendo uma referência socioeconómica e urbana muito forte, que precisa de ser preservada e dinamizada. A sua função primordial passa pelo abastecimento das populações locais, basicamente a nível alimentar. Deste cedo que o mercado

assumiu também um papel social determinante. É um local privilegiado de encontro, sociabilização entre os vizinhos e desconhecidos (Ripol, 2008).

Tal como foi mencionado anteriormente, os Mercados tiveram sempre um papel fundamental na cidade desde a Antiguidade. “Apesar das evoluções verificadas ao longo dos tempos, é indiscutível que continuam atualmente a constituir um importante meio para disponibilizar produtos de primeira necessidade, merecendo a confiança e a preferência de uma parte apreciável dos consumidores” (Barreta, 2002: 15). Os mercados têm uma forte identidade urbana e social, no entanto, com o progresso, o desenvolvimento da indústria e da tecnologia (desenvolvimento dos transportes, comunicações e telecomunicações) a cidade, a sociedade e o comércio sofreram grandes transformações (Cachinho, 2002). A falta de serviços de apoio e o modelo de gestão têm inviabilizado o seu crescimento e reactualização denotando-se, inclusivamente, um decréscimo no afluxo de usuários. As grandes superfícies comerciais como os hipermercados, supermercados e os Centros Comerciais competem diretamente com os mercados, oferecendo uma maior oferta de produtos e serviços e dispondo de condições de conforto e lugares de estar de lazer, para além de se regerem por um horário mais alargado.

Os Mercados Municipais têm, no entanto, pontos positivos para os consumidores, que valorizam a variedade dos produtos e a qualidade associada, a relação de confiança e a proximidade com os vendedores. É o público mais envelhecido que mantém as portas abertas dos Mercados Municipais, enquanto o público mais jovem mostra uma maior exigência na diversidade e promoção de produtos e também na facilidade de acesso e estacionamento nas grandes plataformas comerciais.

Para tentar “salvar” a identidade dos Mercados e conseguir competir com as novas grandes superfícies comerciais, é necessário elaborar um reajustamento de ofertas, explorar a qualidade e diversidade de serviços permitindo um maior fluxo de usuários.

4.2.3. A REVITALIZAÇÃO DOS MERCADOS

Segundo Guerra *et al.* “a revitalização assenta na implementação de um processo de planeamento estratégico, capaz de reconhecer, manter e introduzir valores de forma cumulativa e sinérgica. Isto é, intervém a médio e longo prazo, de forma relacional, assumindo e promovendo os vínculos entre territórios, atividades e pessoas (Guerra *et al.* 2005: 22). A revitalização procura dar uma “nova vida” a espaços antes considerados degradados e sem interesse.

Observa-se que os mercados podem ter um papel relevante na sociedade atual e futura, porque o destaque destes equipamentos vai para além da mera relação comercial. No presente, já vários Mercados passaram por uma profunda revitalização para garantirem a sua permanência na escolha dos consumidores. Para além de serem pontos de abastecimento para a população, os Mercados passam a ser alvo de uma procura turística não só pela importância patrimonial que têm nas cidades, mas também pela oferta que estes passam a apresentar. De forma a ampliar o *mix* comercial do mercado, que permite ao consumidor realizar todas as compras num só espaço (um dos fatores valorizados na procura), é essencial também completar e diversificar a oferta. É importante instalar novos serviços no mercado que correspondam à procura do novo consumidor de forma a tornar mais atrativa a compra no mercado.

Através de exemplos de projetos nacionais e internacionais que desenvolveram a redinamização de mercados, podem-se verificar os benefícios que advêm deste equipamento. Os objetivos de todas as intervenções passam por garantir o processo de modernização e remodelação dos mercados de forma a impulsionar e desenvolver o comércio de proximidade. Em Espanha, vários mercados foram intervencionados com o propósito de completar a oferta e trazer até si todo o tipo de usuários. Apresenta-se já de seguida, alguns exemplos.

O Mercado de San Antón também caiu em desuso, como tantos. Nos anos 70 do século XX, o bairro estava degradado, assim como o mercado e todo o comércio tradicional.

Em 2011, o local foi incluído no plano de modernização dos mercados de Madrid, nascendo assim o novo Mercado de San Antón. Passou a incluir um novo conceito de comércio, oferecendo uma grande variedade de produtos e experiências gastronómicas. O primeiro dos três pisos é destinado à venda de produtos frescos, alimentação biológica e preparados de alta qualidade. No segundo e terceiro piso estão as zonas de refeição que traduzem o conceito multicultural e intercâmbio de cozinhas. O Mercado resulta como espaço de convívio, frequentemente procurado não só pelos residentes, mas também pelos turistas. É um exemplo bem-sucedido de revitalização, tornando-se assim num polo atrativo da cidade de Madrid.



fonte: <http://whattodoinmadrid.com/blog/gourmet-markets-madrid/>



Fig.29 ; 30 | MERCADO DE SAN ANTÓN, MADRID

fonte: <http://taylorheartstravel.com/mercado-san-anton/>

Um exemplo semelhante, e igualmente na capital espanhola, é o Mercado de San Miguel. Começando por ser apenas um mercado com bancas ao ar livre em 1835, posteriormente, em 1915 com a estrutura em vidro que se mantém até à atualidade, é hoje um dos espaços mais atrativos na cidade espanhola.



Fig.31 ; 32 | MERCADO DE SAN MIGUEL, MADRID

fonte: <https://spainattractions.es/mercado-de-san-miguel/>

fonte: <https://spainattractions.es/mercado-de-san-miguel/>

Este tipo de estratégia, foi também implantada a nível nacional. Nas grandes cidades como Lisboa e Porto, já se podem encontrar mercados com uma “nova imagem”.

▪ LISBOA

MERCADO DA RIBEIRA



Fig.33 ; 34 | MERCADO DA RIBEIRA, LISBOA – Antes e depois da intervenção.

fonte: <https://br.pinterest.com/pin/228417012327118427/>

fonte: fotografia da autora

O renovado Mercado da Ribeira, (Figura 33) em Lisboa, abriu portas ao público em Maio de 2014. Este novo espaço apresenta uma maior oferta comercial uma vasta zona de restauração, bares e esplanada, e o espaço na sua generalidade permite a realização de diversos eventos culturais. O Mercado da Ribeira é um dos pontos turísticos com mais interesse na cidade de Lisboa.

MERCADO DE CAMPO DE OURIQUE



Fig.35 ; 36 | MERCADO CAMPO DE OURIQUE, LISBOA – Antes e depois da intervenção

fonte: Arquivo Municipal de Lisboa

fonte: fotografia da autora

Com reabertura em 2013, o Mercado de Campo de Ourique foi o primeiro mercado em Lisboa a ser revitalizado. Um mercado que continua a manter a sua traça original, mas com novos conceitos integrados. Comércio, gastronomia, lazer e cultura são a oferta desta excelente intervenção.

MERCADO DE ARROIOS



fonte: Arquivo Municipal de Lisboa



fonte: fotografia da autora

Fig.37 ; 38 | MERCADO DE ARROIOS, LISBOA – Antes e depois da intervenção

A fazer parte da imagem da cidade desde 1942, o Mercado de Arroios foi a mais recente intervenção sob o mesmo conceito dos anteriores. O espaço foi renovado e a oferta cresceu consoante as novas necessidades dos seus consumidores.

PORTO

MERCADO DO BOM SUCESSO



Fig.39 ; 40 | MERCADO DO BOM SUCESSO, PORTO – Antes e depois da intervenção

fonte: https://mercadobomsucesso.files.wordpress.com/2011/02/carlosromao_mercado_bom_sucesso_2.jpg

fonte: <https://wp.webook.pt/wp-content/uploads/2015/05/mercado-bom-sucesso-2.jpeg>

A abastecer a população da cidade desde 1952, o Mercado do Bom Sucesso surge em 2013 com um novo conceito. Comércio de retalho, restauração, workshops, eventos culturais e até uma unidade hoteleira são as ofertas que o “novo mercado” tem para oferecer.

MERCADO FERREIRA BORGES



Fig.41 ; 42 | MERCADO FERREIRA BORGES, PORTO – Antes e depois da intervenção

fonte: <https://portoalities.com/pt/qual-e-a-historia-do-mercado-ferreira-borges/>

fonte: http://portoarc.blogspot.pt/2014/03/viveres-que-anualmente-se-gastam-na_17.html

Desde armazém a equipamento militar, cozinha comunitária e mercado de fruta, o mercado Ferreira Borges, construído em 1885, nunca teve uma ocupação fixa. A sua localização privilegiada na cidade foi argumento forte para a sua possível demolição devido à não ocupação do mesmo, mas por oposição do presidente da Comissão de Arte e Arqueologia da Câmara Municipal do Porto na década de 70, Adriano Vasco Rodrigues, o Mercado permaneceu intacto. Em 2010 o Mercado cede as suas instalações a uma sala de espetáculos muito conceituada, o Hard Club, tornando-se num centro de animação cultural. O mercado dispõe também de zona de restauração.

4.3 A PROPOSTA: MERCADO MULTICULTURAL DE ARTESANATO

Os mercados, como elementos sociais na cidade, tornam-se importantes instrumentos de integração de comunidades e espaços mais vulneráveis, ao promover uma atmosfera de encontro entre diferentes classes sociais e oferecer uma gama de produtos alimentares e não-alimentares a preços adequados (Ripol, 1999).

Os mercados públicos estão entre os locais que mais retratam a diversificação social. Estes juntam pessoas de diferentes idades, géneros, pertenças étnicas e estatutos socioeconómicos para experiências diversificadas (gastronómicas, artesanato, musicais, lazer, etc). Para algumas comunidades imigrantes, as barreiras linguísticas e socioeconómicas podem criar algum sentimento de isolamento, neste caso, os mercados aparecem como local onde pode ser desenvolvida a conexão entre pessoas da mesma cultura e origem étnico/nacional e também entre pessoas de culturas e nacionalidades diferentes.

Na tentativa de oferecer à cidade multicultural um equipamento que desempenhe não só um papel integrante na comunidade, mas também à escala urbana, surge a proposta de um Mercado numa vertente contemporânea onde a cultura e o artesanato sejam o seu foco principal.

Face à concorrência das grandes superfícies comerciais e outros modos e espaços para se fazer transações, os mercados tradicionais sentiram a necessidade de se reinventar, reconverter usos e apostar na revitalização dos espaços para continuar a fazer parte da vida da comunidade, ganharam uma nova imagem e consequentemente um maior número de usuários. Deixaram de ser os mercados tradicionais e tornaram-se pontos atrativos das cidades, com múltiplas ofertas de produtos, experiências e serviços. Tal como já foi mencionado anteriormente, é necessário a cidade inovar e oferecer à comunidade espaços novos e com um “mix” de atividades para se tornarem em polos atrativos e dinamizadores da envolvente.

4.3.1 JUSTIFICAÇÃO DA ESTRATÉGIA

Várias foram as intervenções ocorridas na Praça do Martim Moniz para afastar a “má fama” que a persegue ao longo do tempo. Apostar no *Mercado de Fusão* aumentou o fluxo de visitantes, a implantação de restaurantes com cozinhas nacionais e internacionais nos quiosques da praça, sendo que vários pontos de comércio contribuíram para o mesmo efeito. No entanto, a zona do Martim Moniz necessita de mais pontos atrativos, espaços promotores do turismo e de cultura. Ainda que frequentada como espaço de permanência, a praça continua muitas vezes apenas como espaço de transição. Num estudo realizado por Paula Gésero (2011), é descrita a tensão entre os residentes e comerciantes autóctones e imigrantes. O comércio em massa por parte dos imigrantes gera uma espécie de desconforto aos comerciantes de nacionalidade portuguesa. Surge assim a necessidade de desenvolver um espaço em que as diferenças sejam dissipadas e as oportunidades igualadas.

Integrando o estudo sobre os mercados e o seu papel na comunidade, a proposta de um Mercado Multicultural de Artesanato surge como uma solução face à multiculturalidade que marca esta zona da cidade e face aos intensos fluxos turísticos. Ao contrário da temática genérica da Praça, em que tanto a gastronomia como o artesanato (ainda que só durante o fim de semana) se confundem, a nova proposta pretende ser um espaço fixo e com uma temática sólida. Um espaço onde cada cultura consiga comercializar os seus produtos e promover a sua cultura. Associado à prática do comércio, a proposta conta também com espaços de trabalho e workshops, ateliers, e espaços polivalentes e expositivos para a manifestação cultural e realização de eventos. O objetivo primordial traduz-se na convivência intercultural e na partilha por parte de todos os utentes do espaço. Um outro objetivo, não menos importante, é o de promover o turismo oferecendo à cidade mais um polo atrativo e gerador de dinâmicas de desenvolvimento económico, cultural e social.

4.3.2 PROGRAMA GERAL

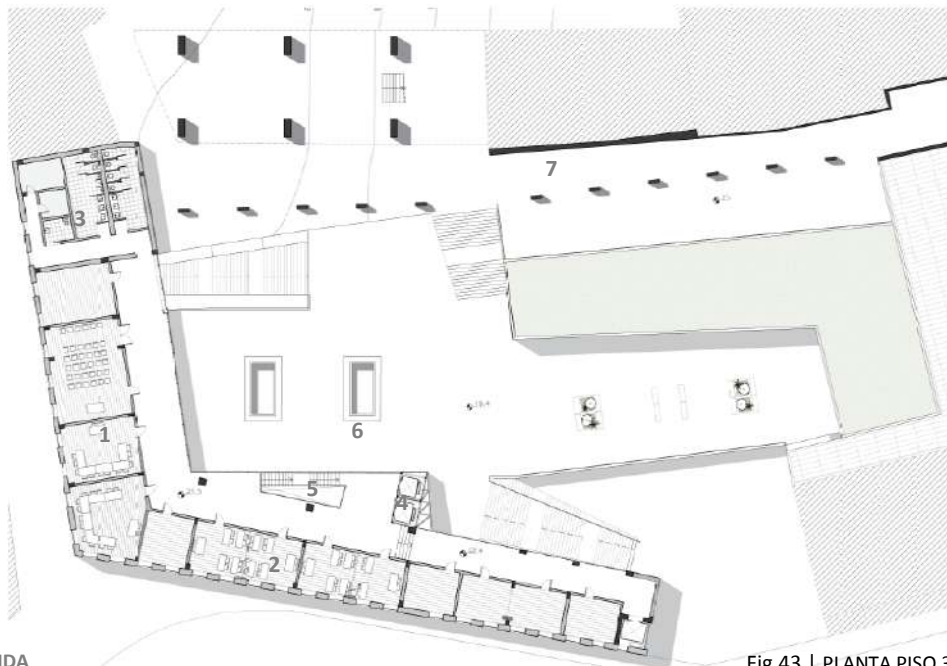
Composto por diferentes espaços, alguns interiores, outros exteriores, este equipamento é projetado para comportar não só um programa que correspondesse às necessidades da população residente e imigrante mas também criar um novo polo atrativo na cidade que traduzisse o conceito do multiculturalismo.

O programa geral consiste no desenho de um mercado multicultural de artesanato e de um espaço público que permita o acesso a vários níveis do terreno e que consiga resolver a intensa diferença de cotas.

O novo edifício abrange todo o interior do quarteirão, inclusive três edifícios pré-existentes que passarão a ter novos usos. Os mesmos edifícios manterão apenas as fachadas principais, sendo que as fachadas traseiras serão removidas de modo a permitir a continuidade do espaço para dentro do mercado. Para esta intervenção, foi importante visitar e entender o novo edifício da Ordem dos Engenheiros em Lisboa onde se verifica a relação entre o novo e a pré-existência. Ao todo, a proposta tem 4 pisos (edifícios pré-existentes) e o mercado tem 2 pisos. O espaço público será distribuído em praças ao nível térreo e na cobertura do mercado, este último tendo espaço de restauração, mobiliário urbano e um equipamento destinado a vendas.

Todos os espaços terão como temas principais o artesanato e a cultura, proporcionando relações várias entre usuários. Desde espaços de comércio, espaços expositivos, espaços de restauração a espaços de trabalho, todos estes têm como objetivo primordial promover a interação social e a troca de conhecimentos entre os vários grupos tanto culturais como sociais. É um equipamento que tenta acompanhar, ajudar e inserir os vários grupos étnicos e nacionais na sociedade e ao mesmo tempo garantir uma relação de partilha entre todos.

O equipamento gere diversos tipos de atividades ao longo de todo o dia e alguns dos espaços comerciais têm um horário mais alargado, inclusive o espaço de restauração, trazendo mais vitalidade ao local.

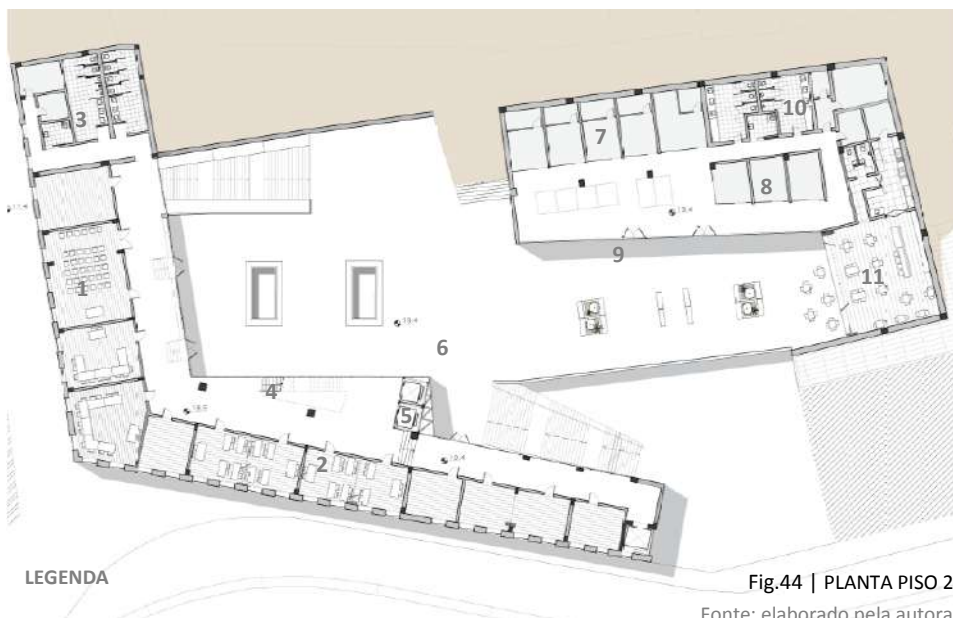


LEGENDA

- 1,2| Zonas de trabalho / ateliers/ workshops
- 3| Instalação sanitária
- 4, 5| Circulação vertical
- 6| Espaço público
- 7| Espaço público - passagem coberta

Fig.43 | PLANTA PISO 3

Fonte: elaborado pela autora
sem escala

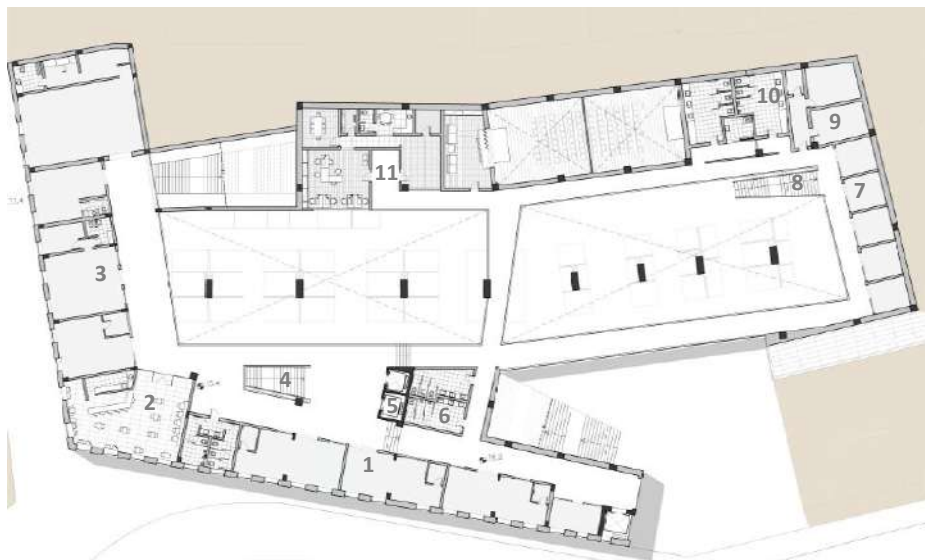


LEGENDA

- 1,2| Zonas de trabalho / ateliers/ workshops
- 3,10| Instalação sanitária
- 4, 5| Circulação vertical
- 6| Espaço público
- 7,8| Espaços de comércio – lojas
- 9| Espaço de venda
- 11| Restauração

Fig.44 | PLANTA PISO 2

Fonte: elaborado pela autora
sem escala



LEGENDA

- 1,3,7| Espaços de comércio – lojas
- 2| Cafeteria
- 4, 5,8| Circulação vertical
- 6,10| Instalações sanitárias
- 11| Área administrativa

Fig.45 | PLANTA PISO 1

Fonte: elaborado pela autora
sem escala



LEGENDA

- 1| Espaço público - praça
- 2| Mercado
- 3| Zona expositiva
- 4| Sala polivalente
- 5,8| Instalações sanitárias
- 6| Cafeteria
- 7,9,10| Circulação vertical
- 11,12,13| Espaços de comércio - lojas

Fig.46 | PLANTA PISO 0

Fonte: elaborado pela autora
sem escala

4.3.3 O ESPAÇO PÚBLICO

O desenho do espaço público começa ao nível da Rua da Palma onde se dá a entrada para o interior do quarteirão. Através de uma pequena praça, o usuário do espaço é encaminhado para o espaço construído. Uma escadaria exterior do lado esquerdo e adjacente ao edifício pré-existente guia-nos para a cobertura do mercado que surge como continuação do espaço público. A este nível encontra-se também um espaço de restauração/cafetaria, espaço arranjado com mobiliário urbano e um pequeno espaço interior de vendas. Estende-se a partir deste nível um volume transparente que incorpora um núcleo de escadas que começa no piso térreo do mercado e que dá acesso para os pisos superiores dos edifícios pré-existentes. Para alcançar o nível mais alto do terreno, surge outra larga escadaria a partir do nível acima referido. Chegando então à cota mais alta do terreno que se estende para a Rua do Arco da Graça será traçado um percurso coberto para evitar contacto direto com o edificado pré-existente.

4.3.4 FUNÇÕES E USOS DO MERCADO

Antes de mais, foram analisados os edifícios que envolvem o terreno com o objetivo de garantir uma solução satisfatória em todos os aspetos. Levou-se em consideração o estado em que alguns se encontravam, os usos e as potencialidades de cada um. Os três edifícios que ladeiam o terreno do lado esquerdo e que na sua maioria apresentam comércio ao nível da rua, serão inseridos no novo projeto com novos usos e ofertas. Os pisos térreos continuarão a oferecer espaços de comércio associados ao mercado, mas com um horário mais alargado. Desta forma, funcionarão de forma independente quando o mercado já não se encontrar no horário de funcionamento. Este fato será conseguido através de cortinas de vidro que estabelecerão um sistema de fecho interior. Para os níveis superiores, pensou-se integrar espaços de trabalho,

workshops e ateliers. O Mercado do Bom Sucesso no Porto surge aqui como referência programática para uma nova interpretação e reinvenção do mercado.

Relativamente ao interior do mercado, o conteúdo programático é composto por bancas de venda, stands e demonstrações associadas ao artesanato, sala polivalente para palestras e eventos culturais, Sala de exposições, lojas e cafetaria como espaço de permanência. No piso 0 do mercado, a entrada é feita através de 3 frentes do terreno, sendo a entrada principal a que se situa em frente à praça principal, na Rua da Palma. Outros pontos de acesso ao interior do mercado são as lojas inseridas nos edifícios pré-existentes que têm entrada tanto do lado da rua como no interior do mercado. O piso superior do mercado é projetado numa estrutura de mezanino contendo espaços de lojas e os serviços administrativos. Este espaço que envolve as laterais do mercado tem uma passagem em “ponte” ao centro para permitir um percurso mais curto de um lado para o outro. O acesso a este piso é feito através de dois blocos de acesso em dois pontos estratégicos dos edifícios e também através de um núcleo de elevadores.

O espaço de venda é organizado em conjuntos de stands de dimensões variadas, que poderão ser alteradas, movidas ou até removidas. A escolha desta forma organizativa permite que cada área seja diretamente virada para o público. Estas envolvem os pilares centrais do mercado.



Fig.47; 48 | NAQUETE DE ESTUDO
Fonte: elaborado pela autora (2017)



Fig.49 | NAQUETE DE ESTUDO
Fonte: elaborado pela autora (2017)

4.3.5 ALGUNS DETALHES: A ILUMINAÇÃO E A MATERIALIDADE

A iluminação foi uma preocupação acrescida no desenho deste equipamento. Por se encontrar semienterrado, teve-se a preocupação de distribuir de forma racional os espaços segundo os usos, adequar as cores e a materialidade. É através da luz que se consegue uma maior amplitude do espaço e harmonia do ambiente. Sendo que apenas uma fachada recebe luz direta para o espaço central do mercado, notou-se a necessidade de intervir com um sistema de iluminação zenital para conferir iluminação aos espaços mais carecidos da mesma. Após analisar vários projetos que se depararam com os mesmos problemas, estudou-se como referência o Centro Cultural do Bom Sucesso, em Alverca que, sendo um projeto totalmente enterrado, faz uso de claraboias e praças interiores para captar a luz para o interior do edifício. Numa mesma lógica de edifício semienterrado teve-se em conta também um edifício público com uma escalar superior, a Universidade de Haifa. Este projeto serviu de inspiração ao

nível da organização espacial, na medida em que foi possível perceber os espaços que necessitam de uma maior iluminação e espaços que podem funcionar com uma intensidade de luz menor. As coberturas ajardinadas nos dois projetos mencionados são uma referência para as coberturas do edificado proposto ainda que numa escala menor. A fachada que recebe luz direta é a fachada principal do edifício do mercado, que tem a entrada principal. Grandes painéis de vidro criarão o desenho desta mesma fachada para permitir a máxima entrada de luz para o interior e conferir uma maior amplitude espacial.

Tratando-se de um projeto de grande escala e sendo que uma parte do mesmo se encontra semienterrado, a materialidade será na sua maioria betão armado e grandes painéis de vidro para acrescentar leveza e permitir entrada de luz para o interior. As coberturas serão igualmente em betão armado e posteriormente revestidas por se tratar de zonas percorriéis. Serão as cores claras que definirão o ambiente do espaço, como o betão branco e o pavimento em tons neutros.

CAPÍTULO. V | CONSIDERAÇÕES FINAIS

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este projeto de final de Mestrado procurou aprofundar o tema do multiculturalismo e entende-lo como uma realidade cada vez mais visível nas cidades contemporâneas.

A zona do Martim Moniz é entendida neste trabalho como espaço por excelência do multiculturalismo na cidade de Lisboa. A intervenção numa área adjacente a esta zona procurou desenvolver um programa que promovesse as práticas culturais e interculturais dos diferentes grupos e pessoas em presença, de modo a possibilitar um maior conhecimento, comunicação e a partilha entre todos. Com o objetivo também de requalificar o quarteirão em que o projeto se insere, e de revitalizar e dinamizar a zona do Martim Moniz, desenvolveu-se um espaço público com variadas ofertas. Respondendo a uma das questões colocadas no início deste trabalho, que questiona o tipo de programa apropriado à questão da diversidade cultural e da integração social por parte dos usuários, surge o Mercado Multicultural de Artesanato como solução. As intenções da proposta recaíram sob o desenvolvimento de espaços onde a cultura e o artesanato, que é tão característico em todas as culturas, sejam o eixo em torno do qual todas as atividades se desenrolam.

O projeto teve também como intenção relacionar o espaço com a cidade, tornando-o num ponto de atratividade não só local mas também como um novo ponto de interesse turístico. Procurou-se integrar o equipamento de forma equilibrada fazendo uso de materialidade de leve impacto visual, respeitando assim a pré-existência e a linguagem arquitetónica predominante. A integração de edifícios pré-existentes no projeto surgiu também como necessidade de requalificá-los e voltar a torná-los visíveis na paisagem urbana.

Com este trabalho foi-nos possível entender como é fundamental existir iniciativas para promover a cultura e contribuir para a partilha e integração interétnica. É importante também referir que os problemas que surgem numa realidade com um

“mix” de culturas nem sempre são fáceis de resolver. A cultura faz parte das referências identitárias de cada um, tornando-se muitas das vezes uma tarefa difícil a gestão da diversidade e a convivência com as diferenças.

A arquitetura pode apoiar este processo ao proporcionar espaços hospitaleiros e possibilitadores do diálogo e da comunicação intercultural na cidade da atualidade.

CAPÍTULO. VI | BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

LIVROS e CAPÍTULO DE LIVROS

- BARRETA**, João (2011). "Mercados Municipais em Portugal – Cenários para 2030". *Distribución y Consumo*, 120, pp. 1-17
- BARNETT**, J. (2003) *Redesigning cities: principles, practice, implementation*. Chicago: IL: APA, Planners Press.
- BHABHA**, H. K. (1998) *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG.
- BORJA**, Jordi; MUXI, Z. (2000). *El Espacio Público: Ciudad y Ciudadanía*. Barcelona: Electa.
- CACHINHO**, Herculano Alberto Pinto (2002), O comércio Retalhista Português. Pós-Modernidade, Consumidores e Espaço. Lisboa: GEPE, Janeiro.
- CARMONA & M. & TIESDELL**, S. (2007) *Urban Design Reader*. Amsterdam: Architectural Press.
- CUCHE**, D. (2003) *A Noção de Cultura nas Ciências Sociais*. Lisboa: Fim de Século Edições.
- DOMINGOS**, N. e. PERALTA, Elsa (2013) *Cidade e Império. Dinâmicas coloniais e reconfigurações pós coloniais*. Lisboa: Edições 70.
- GEHL**, J. (2011) *Life between buildings*. Washington: Island Press.
- GEHL**, J. & GEMZØE, L. (2003) *New city spaces*, 3rd ed. edition. Copenhagen: Danish Architectural Press.
- GIDDENS**, A. (1999) *O mundo da Era da globalização*. Lisboa: Presença.
- GUERRA** et al. (2005) *Políticas Públicas de Revitalização Urbana—Revitalização para a formulação estratégica e operacional das actuações a concretizar no QREN*. ISCTE/CET, Observatório do QCA III
- HALL**, E. T. (1986) *A Dimensão Oculta*. Relógio D'Água.
- HARRIS**, M. (1968) *The rise of anthropological theory : a history of theories of culture*. New York: Thomas Y. Crowell.
- KLUCKHOHN**, C. (1960) *Mirror for man : a survey of human behavior and social attitudes*. Greenwich, Conn.: Fawcett Publications.

- LARAIA**, R. d. B. (2001) *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda.
- LYNCH**, K. (1982) *A imagem da Cidade*. Lisboa: Edições 70.
- MAALOUF**, A. (2009) *As Identidades Assassinas*. Lisboa: Difel.
- SCOTT**, A.J. 2000. *The cultural economy of cities*. London: Sage.
- STEGER**, M. B. (2006) *A Globalização*. Quasi.
- STIGLITZ**, J. E. (2004) *Globalização - A grande Desilusão*. Lisboa: Terramar.
- TAYLOR**, C. (1998) *Multiculturalismo: Examinando a política de reconhecimento*. Lisboa: Piaget.
- TYLOR**, E. B. (1920) *Primitive Culture : researches into the development of mythology, philosophy, religion, art, and custom*. London.

ARTIGOS e REVISTAS

- ANDRADE**, Luciana Teixeira de & **BAPTISTA**, Luís Vicente. (2015). Espaços públicos: interações, apropriações e conflitos. *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, pp. 129-146.
- BARREIRA**, I. A. F. (2010). Pulsações no coração da cidade: cenários de intervenção em centros urbanos contemporâneos. *Caderno CRH*, Salvador, v. 23 n. 59, pp. 255-266.
- CASTAÑO**, Javier Garcia e **RUIZ-MATAS**, Cristina Barragán (2000). Sociedad multicultural e interculturalismo versus inmigración extranjera: aportaciones teóricas para el debate. *Documentación Social*, nº121, 209-232. Acedido a 05 de abril de 2017, em: <file:///C:/Users/iurie/Downloads/GarciaBarragan2000.pdf>
- DIAS**, Emília Tomás; **LETRAS**, Pedro; **COSTA**, Elisa (2001). “Mercados Municipais”. *Cadernos DGCC* nº 13. Direcção-Geral do Comércio e da Concorrência (DGCC). Lisboa.
- FARIA**, Ederson e **SOUSA**, Vera Lúcia Trevisan (2011, janeiro – junho). Sobre o conceito de identidade: apropriações em estudos sobre formação de professores. *Psicologia Escolar e Educacional*, vol.15, nº1. Acedido a 16 de abril de 2017, em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-85572011000100004&lng=pt&tlng=pt

- INDOVINA, F.** (2002). O Espaço Público: Tópicos sobre a sua Mudança. *Revista Cidades, Comunidades e Territórios*, 5, dezembro, pp. 119-123
- MEER, N. M., Tariq** (2011) How does Interculturalism Contrast with Multiculturalism? *Journal of Intercultural Studies*, 33, pp. 175-196.
- MENEZES, Marluci** (2009). A Praça do Martim Moniz: Etnografando Lógicas Socioculturais de Inscrição da Praça no Mapa Social de Lisboa. *Horizontes Antropológicos* nº15, pp. 301-328
- RIPOL, Javier Casares** (2008), “Mercados municipales: Un servicio público que aúna tradición y modernidad”. *Distribución y Consumo*, 97, pp. 66-68
- SERDOURA, F.** (2007) As Dimensões do Espaço Urbano Público. *ARTiTEXTOS*, 5, pp.149-156.
- TAKAHASHI, Tadao** (2004, Maio - Agosto). Diversidade cultural e direito à comunicação. *Pensar Iberoamérica*, nº6. Acedido a 18 de abril de 2017, em: <http://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric06a05.htm>
- VIEIRA, Ricardo** (1999). Da multiculturalidade à educação intercultural: A Antropologia da Educação na Formação de Professores. *Educação, Sociedade e Culturas*, nº12, pp 123-162. Acedido a 10 de abril de 2017, em: <http://www.fpce.up.pt/ciie/revistaesc/ESC12/12-6-vieira.pdf>

DOCUMENTOS INTERNET

- SANLEZ, Ana** (2017, 15 de Junho). Portugal vai receber mais de 21 milhões de turistas em 2017. Acedido a 12 de Agosto de 2017 em: <https://www.dn.pt/dinheiro/interior/portugal-vai-receber-mais-de-21-milhoes-de-turistas-em-2017-8564264.html>

TESES

- BARBOSA, M. L. T. M.** (2014) *Espaço público urbano em constante transformação. Um estudo sobre os discursos teóricos e a prática do espaço público contemporâneo*, Tese em Planeamento e Projeto Urbano, Faculdade de Arquitectura. Porto
- GÉSERO, Paula** (2011). *Configuração da Paisagem Urbana pelos grupos Imigrantes – O Martim Moniz na Migrantscape de Lisboa*, Dissertação para a obtenção do Grau de Mestre em Arquitectura, FAUTL - Universidade Técnica de Arquitectura, Lisboa.

CAPÍTULO. VII | ANEXOS



Fig.1 | CARTA TOPOGRÁFICA DA CIDADE DE LISBOA 1598

Fonte: http://historic-cities.huji.ac.il/portugal/lisbon/maps/braun_hogenberg_v_2.htmlhtml



Fig.1 | CARTA TOPOGRÁFICA DA CIDADE DE LISBOA 1650

Fonte: <http://umgrandehotel.blogspot.pt/2017/11/lisboa-antes-do-terramoto.html>

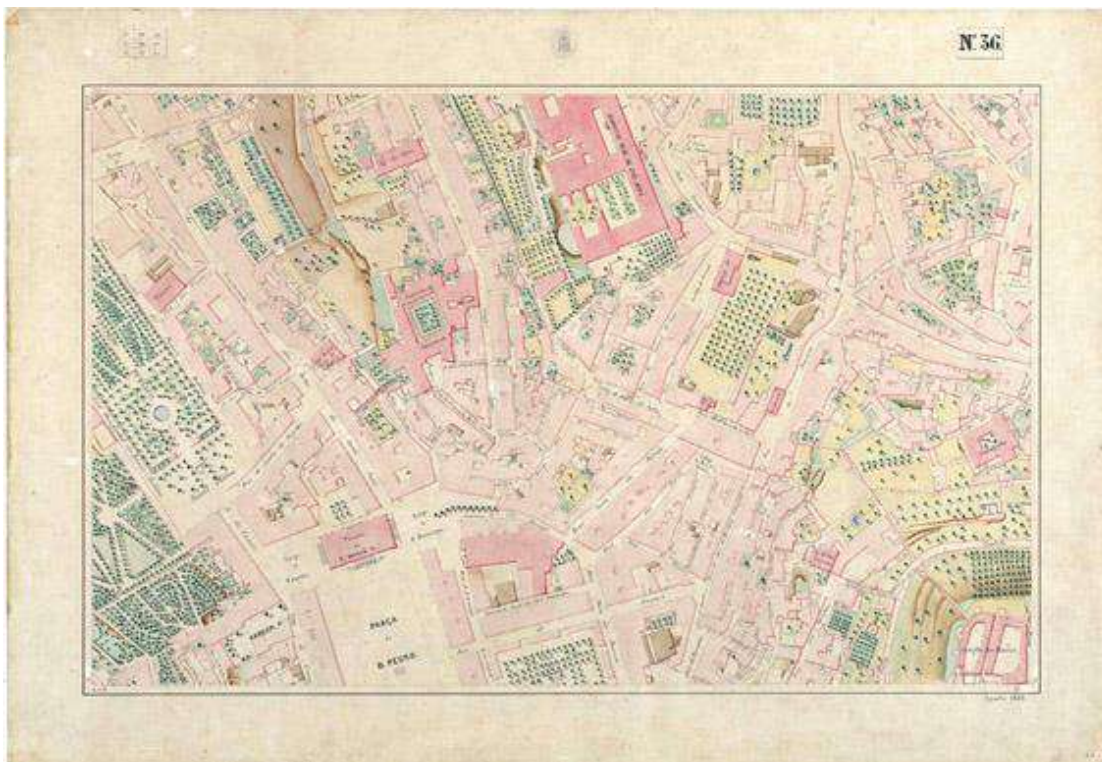


Fig.3 | CARTA TOPOGRÁFICA DA CIDADE DE LISBOA 1856 - 58

Fonte: http://ftp.igeo.pt/servicos/DPCA/cartoteca/Carta_Topografica_Lisboa.htm

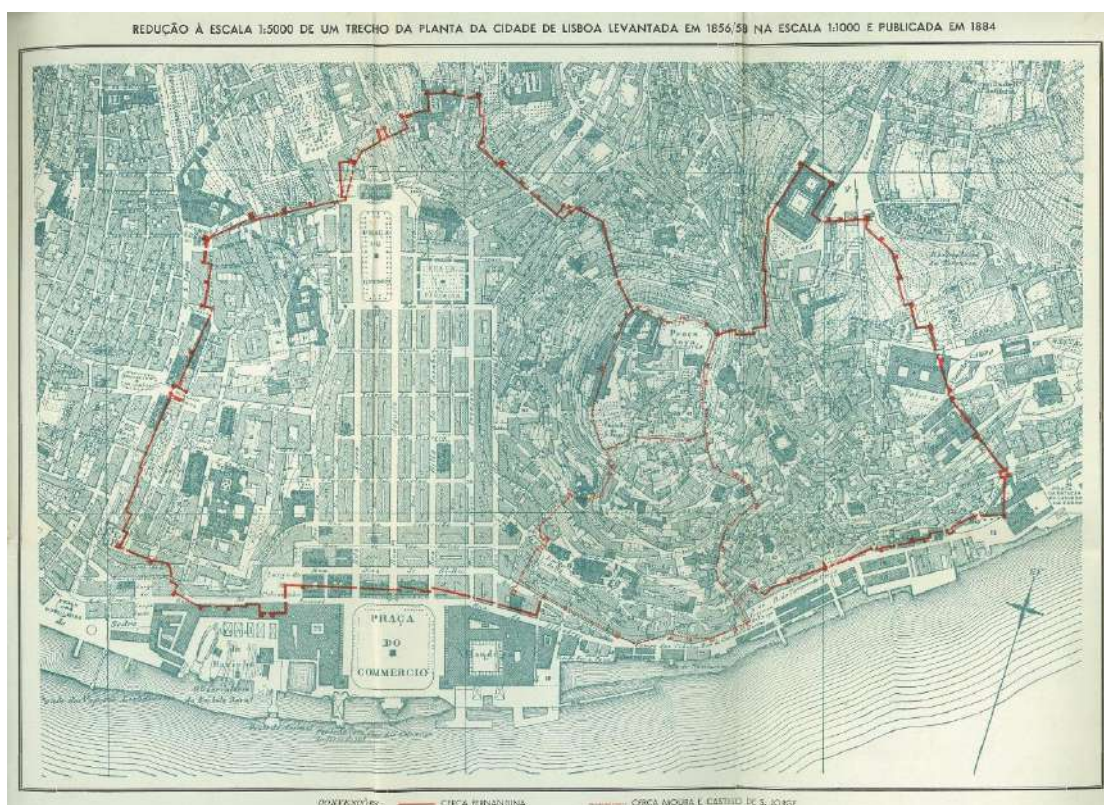


Fig.4 | PLANTA DA CIDADE DE LISBOA (levantamento 1956-58, publicação 1884)

Fonte: Livro – A Cerca Fernandina de Lisboa de A. Vieira da Silva

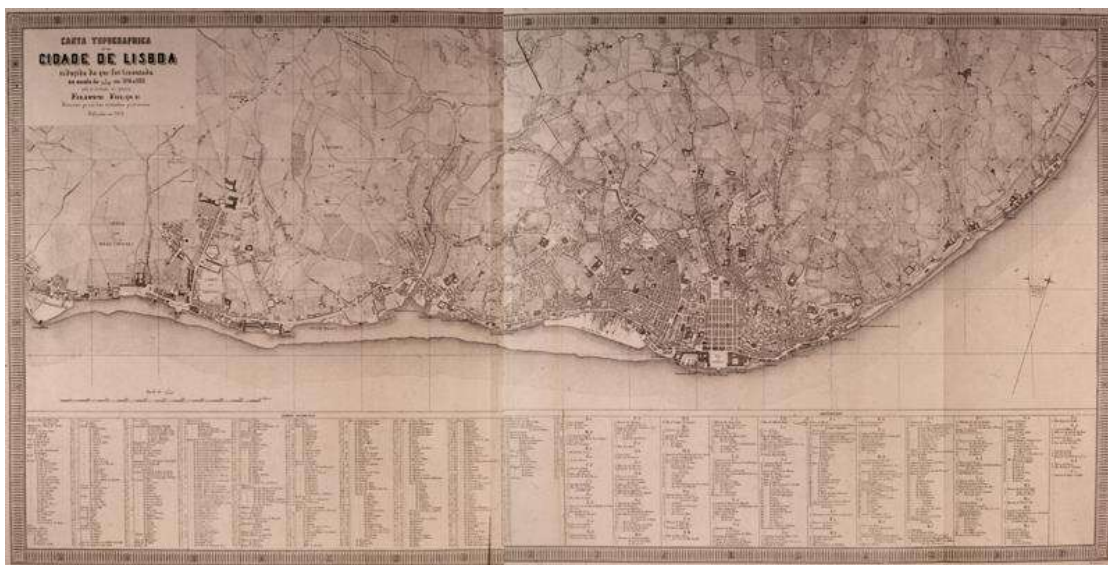


Fig.5 | CARTA TOPOGRÁFICA DA CIDADE DE LISBOA 1871

Fonte: <http://www.museudelisboa.pt/pecas/detalhe/news/carta-topografica-da-cidade-de-lisboa.html>

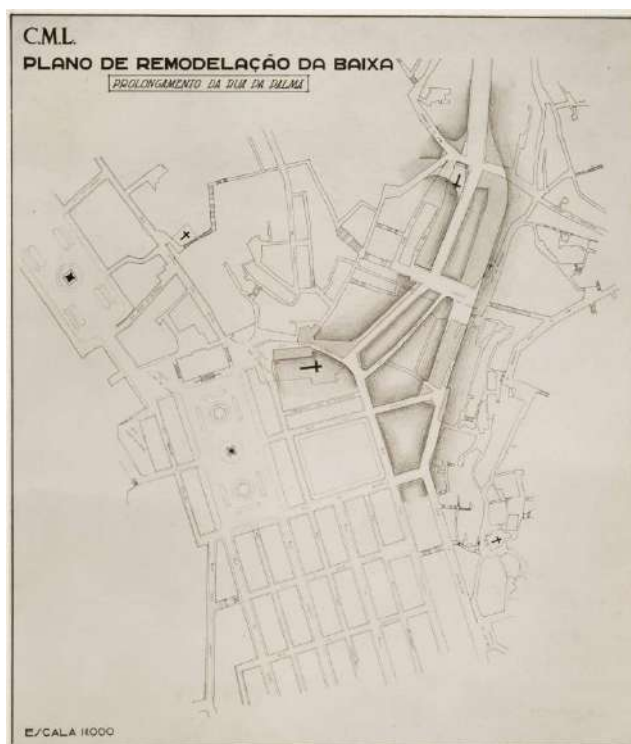


Fig.6 | RUA DA PALMA (post.1940) – PLANO DE PROLONGAMENTO DA RUA DA PALMA (Martim Moniz)

Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/pt/>



Fig.7 | RUA DA PALMA (195_) – OBRAS DE DEMOLIÇÃO PARA A ABERTURA DA PRAÇA DO MARTIM MONIZ (1947)

Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/pt/>



Fig.8 | RUA DA PALMA (195_) – OBRAS DE DEMOLIÇÃO PARA A ABERTURA DA PRAÇA DO MARTIM MONIZ (1947)

Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/pt/>



Fig.9 | PANORÂMICA DA PRAÇA MARTIM MONIZ E RUA DA PALMA AQUANDO DAS DEMOLIÇÕES (1951)

Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/pt/>



Fig.10,11 | PRAÇA MARTIM MONIZ DURANTE AS DEMOLIÇÕES (195_)

Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/pt/>



Fig.12 | RUA DA PALMA (195_) – PRAÇA MARTIM MONIZ E RUA DA PALMA DEPOIS DAS DEMOLIÇÕES

Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/pt/>



Fig.13 | RUA DA PALMA (1952) – PRAÇA MARTIM MONIZ E RUA DA PALMA DEPOIS DAS DEMOLIÇÕES
Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/pt/>



Fig.14 | OBRAS DO METROPOLITANO – MARTIM MONIZ (1961)

Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/pt/>

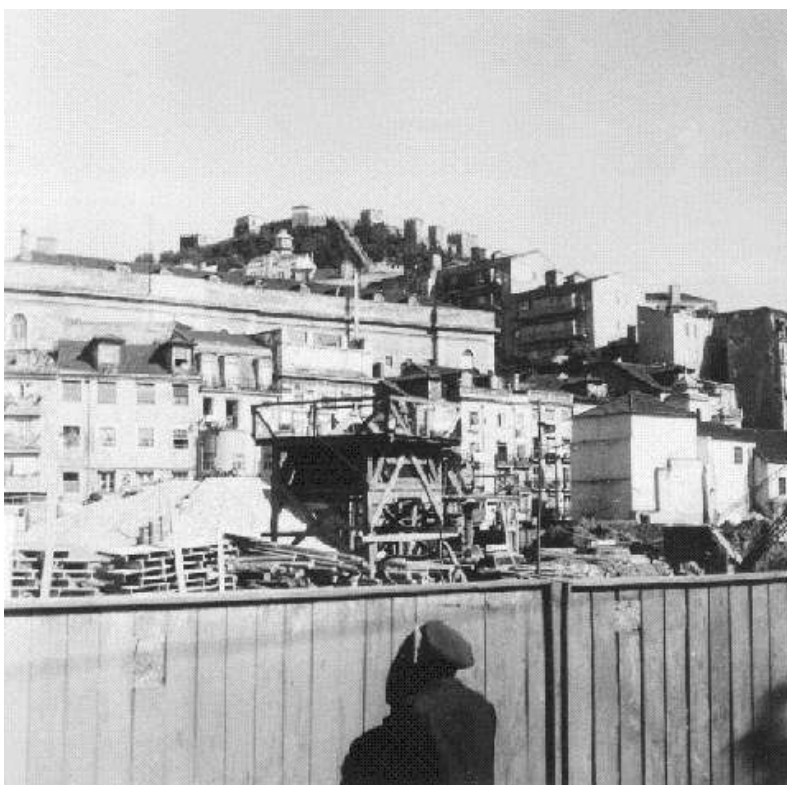


Fig.15 | OBRAS DO METROPOLITANO – MARTIM MONIZ (1961)

Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/pt/>



Fig.16 | OBRAS DO METROPOLITANO (1961)
 Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/pt/>



Fig.17 | OBRAS DO METROPOLITANO (1961)
 Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/pt/>



Fig.18 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ
Fonte: fotografia da autora



Fig.19 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ
Fonte: fotografia da autora



Fig.20 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ
Fonte: fotografia da autora



Fig.21 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ
Fonte: fotografia da autora



Fig.22 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ
Fonte: fotografia da autora



Fig.23 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ
Fonte: fotografia da autora



Fig.24 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ

Fonte: fotografia da autora



Fig.25 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ

Fonte: fotografia da autora



Fig.26 | ENTRADA PARA O INTERIOR DO QUARTEIRÃO

Fonte: <https://www.instantstreetview.com>



Fig.27 | VISTA DA ENTRADA PARA O INTERIOR DO QUARTEIRÃO

Fonte: fotografia da autora



Fig.25 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ
Fonte: fotografia da autora

- Interior do quartirão



Fig.25 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ
Fonte: fotografia da autora



Fig.23 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ

Fonte: fotografia da autora



Fig.23 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ

Fonte: fotografia da autora



Fig.25 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ
Fonte: fotografia da autora



Fig.25 | PRAÇA DO MARTIM MONIZ
Fonte: fotografia da autora

- Os edifícios do quarteirão



Fig.26 | EDIFÍCIO DO QUARTEIRÃO

Fonte: fotografia da autora



Fig.27 | EDIFÍCIO DO QUARTEIRÃO

Fonte: fotografia da autora



Fig.28 | EDIFÍCIOS DO QUARTEIRÃO
Fonte: fotografia da autora



Fig.29 | EDIFÍCIOS DO QUARTEIRÃO
Fonte: fotografia da autora



Fig.30 | EDIFÍCIOS DO QUARTEIRÃO
Fonte: fotografia da autora



Fig.31 | EDIFÍCIO DO QUARTEIRÃO

Fonte: fotografia da autora



Fig.32 | EDIFÍCIO DO QUARTEIRÃO

Fonte: fotografia da autora



Fig.33 | EDIFÍCIO DO QUARTEIRÃO

Fonte: fotografia da autora



Fig.34,35 | EDIFÍCIOS DO QUARTEIRÃO

Fonte: fotografia da autora



Fig.36,37 | EDIFÍCIOS DO QUARTEIRÃO

Fonte: fotografia da autora



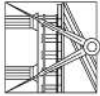
Fig.38 | EDIFÍCIO DO QUARTEIRÃO

Fonte: fotografia da autora



Fig.39 | EDIFÍCIO DO QUARTEIRÃO

Fonte: fotografia da autora



FACULDADE DE ARQUITECTURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

CONVÊNIA INTERCULTURAL E INTERÉTNICA
ATRAVÉS DA ARQUITECTURA

Mercado Multicultural de Artesanato
no interior de um quarteirão adjacente ac Martim Moniz

PROETO FINAL DE MESTRADO

Orientador: Professor António Leite

Orientador: Professora Maria Manuela Mendes

Mestrando: Ana Luca

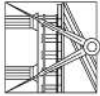
20121332 | MIAAQ



PLANTA PISO TÉRREO DO MERCADO

1





FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

CONVÊNIA INTERCULTURAL E INTERÉTNICA
ATRAVÉS DA ARQUITETURA

Mercado Multicultural de Artesanato
no interior de um quarteirão adjacente ac Martim Moniz

PROETO FINAL DE MESTRADO

Orientador: Professor António Leite

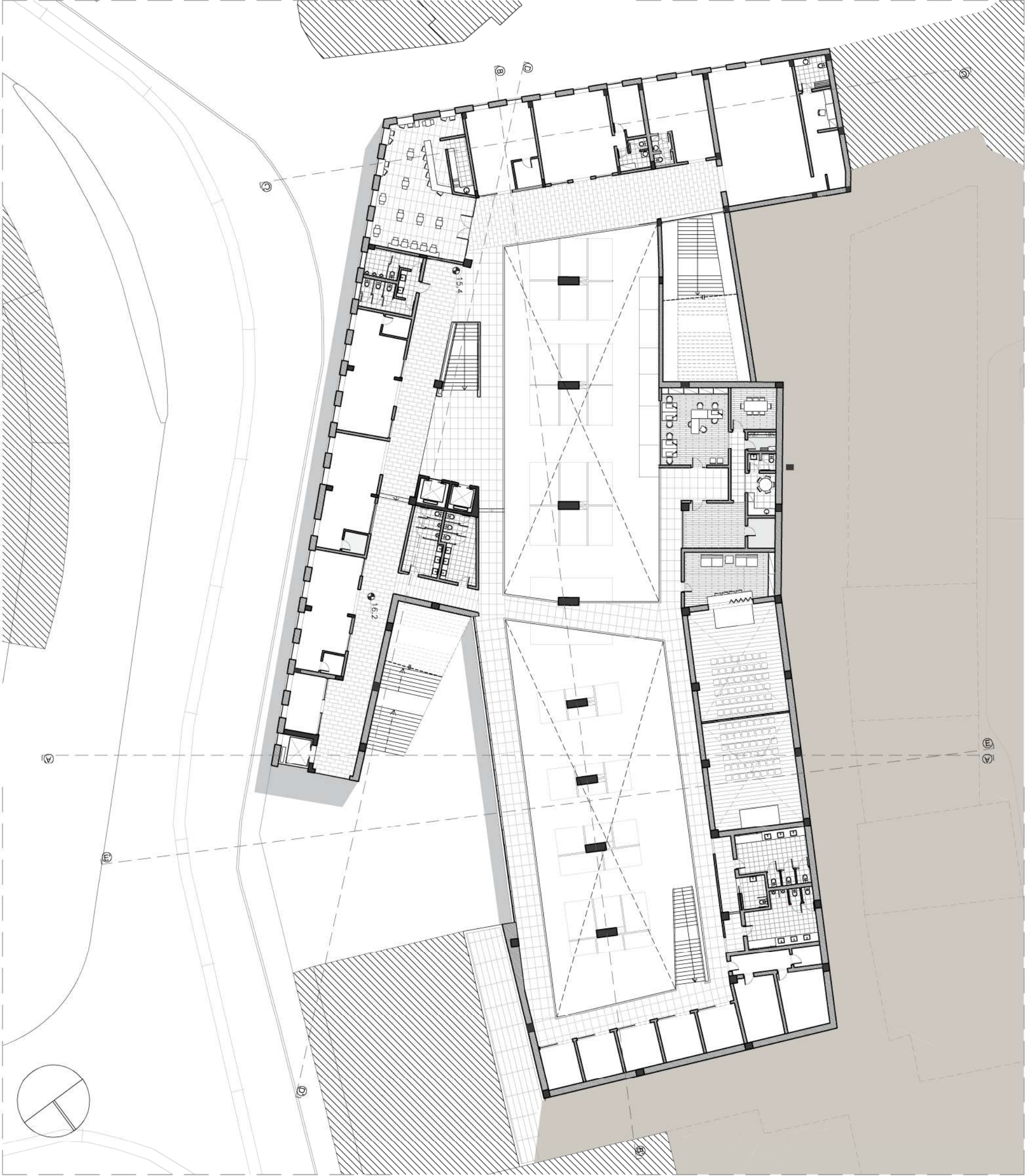
Orientador: Professora Maria Manuela Mendes

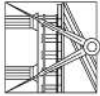
Mestrando: Ana Luca

20121332 | MIAAQ



PLANTA PISO 1 DO MERCADO





FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

CONVÊNIA INTERCULTURAL E INTERÉTNICA
ATRAVÉS DA ARQUITETURA

Mercado Multicultural de Artesanato
no interior de um quarteirão adjacente ac Martim Moniz

PROETO FINAL DE MESTRADO

Orientador: Professor António Leite

Orientador: Professora Maria Manuela Mendes

Mestrando: Ana Luca

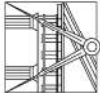
20121332 | MIAAQ



PLANTA PISO 2

3





FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

CONVÊNIA INTERCULTURAL E INTERÉTNICA
ATRAVÉS DA ARQUITETURA

Mercado Multicultural de Artesanato
no interior de um quarteirão adjacente ac Martim Moniz

PROETO FINAL DE MESTRADO

Orientador: Professor António Leite

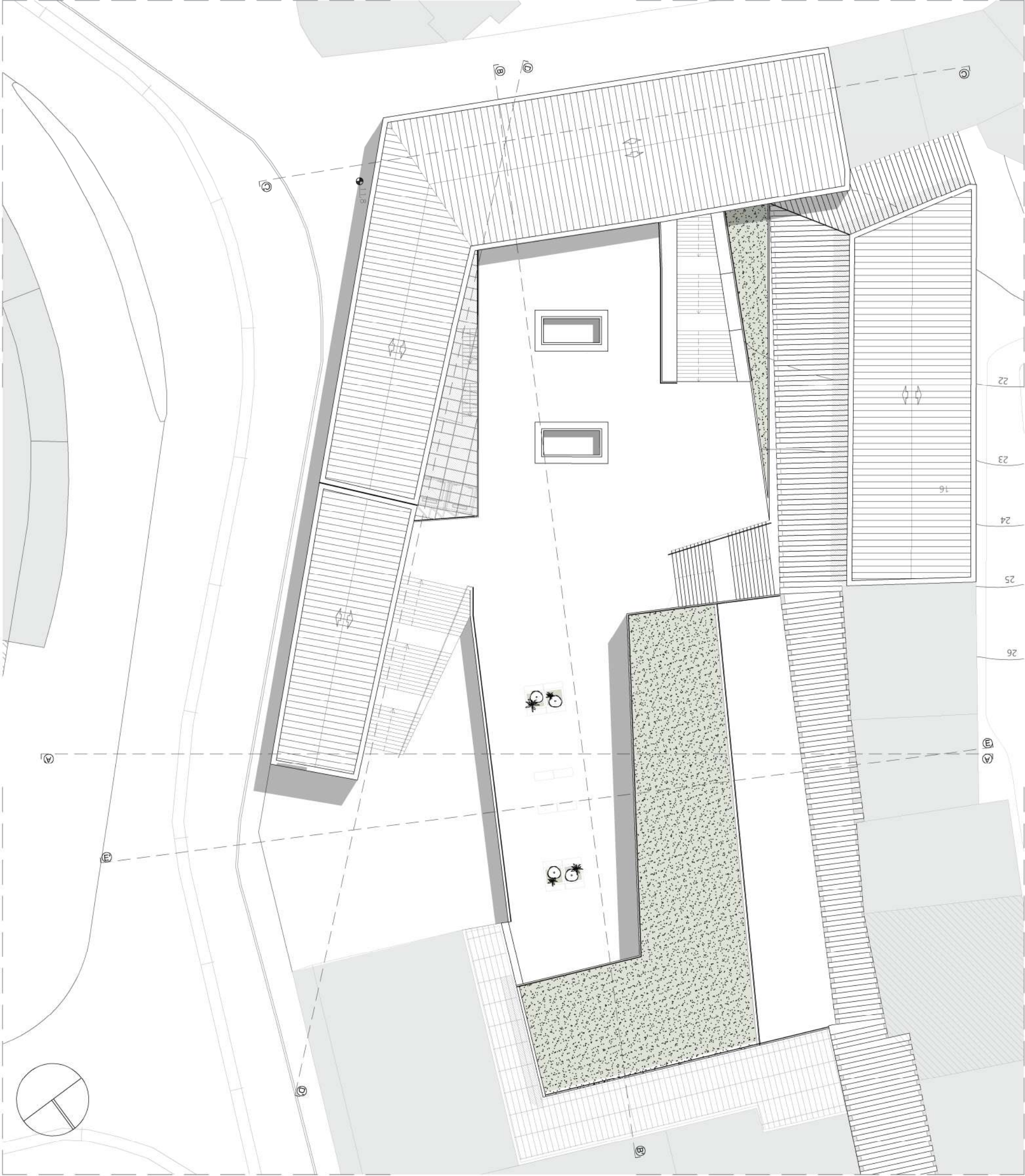
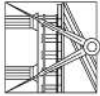
Orientador: Professora Maria Manuela Mendes

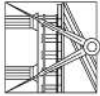
Mestrando: Ana Luca

20121332 | MIAAQ



PLANTA PISO 3





FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

CONVIVÊNCIA INTERCULTURAL E INTERÉTNICA
ATRAVÉS DA ARQUITETURA

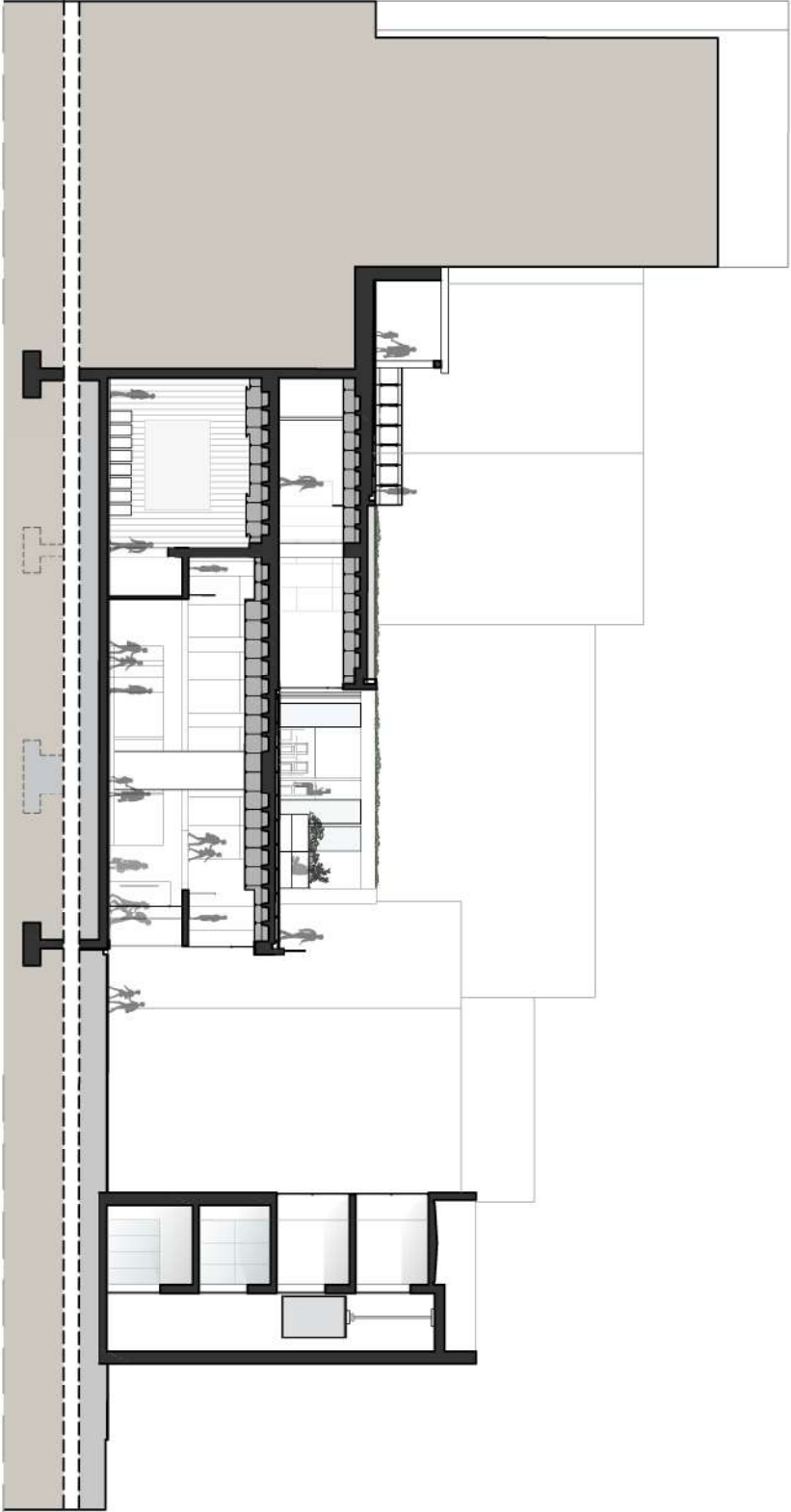
Mercado Multicultural de Artesanato
no interior de um quarteirão adjacente ac Martim Moniz

PROJETO FINAL DE MESTRADO
Orientador: Professor António Leite
Orientador: Professora Maria Manuela Mendes
Mestrando: Ana Luca
20121332 | MIAHQ

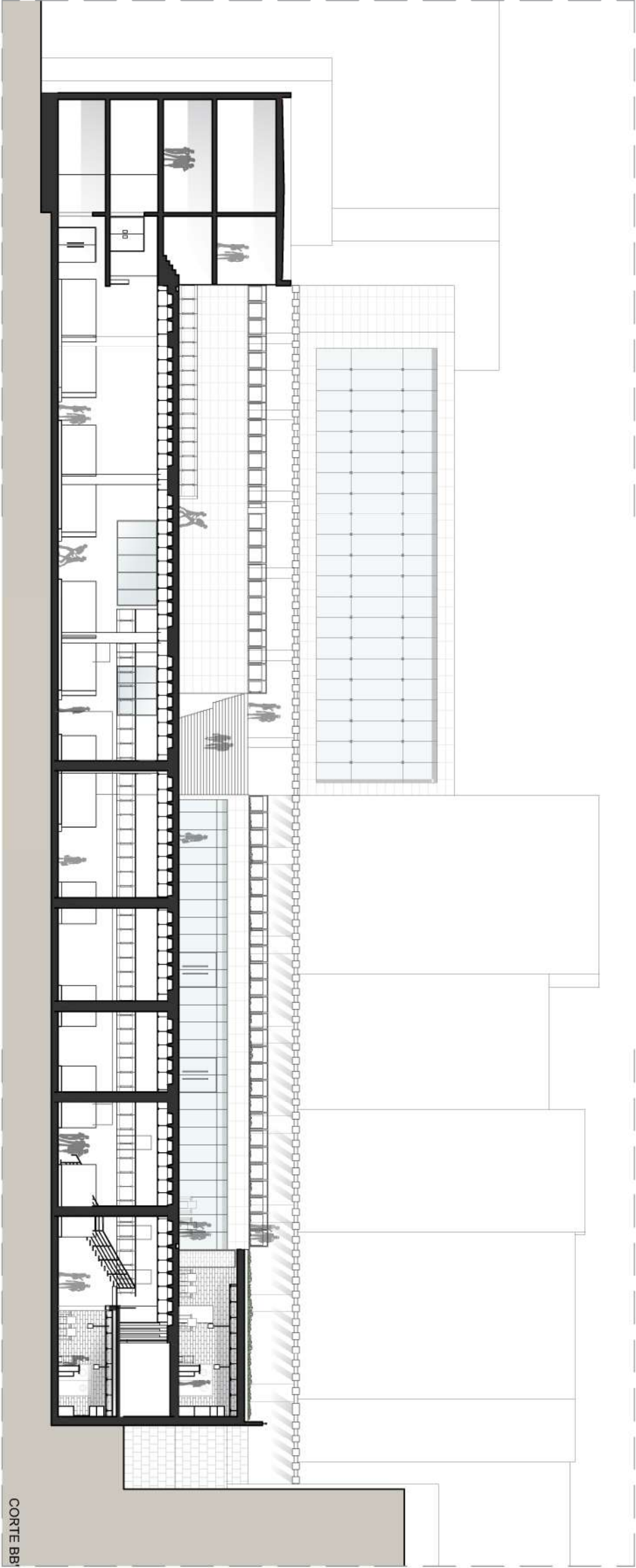


CORTES DO PROJETO

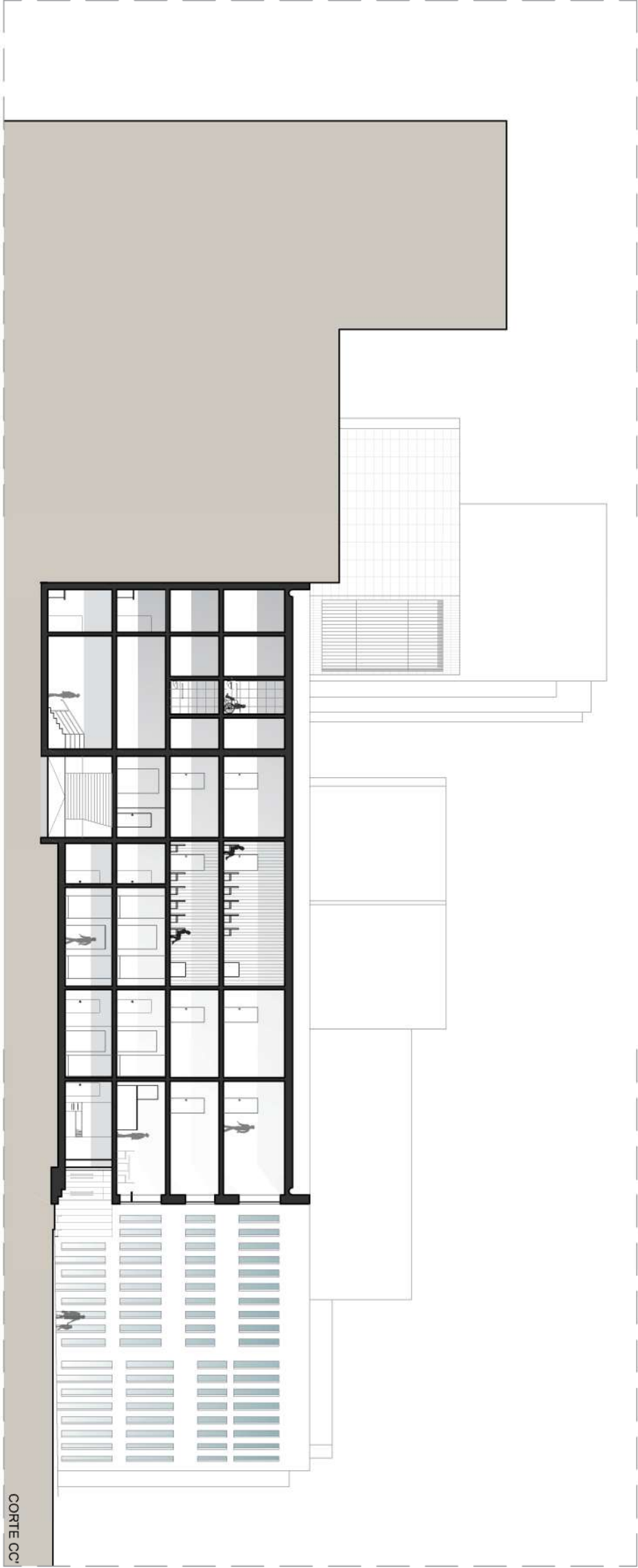
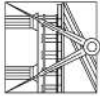
6



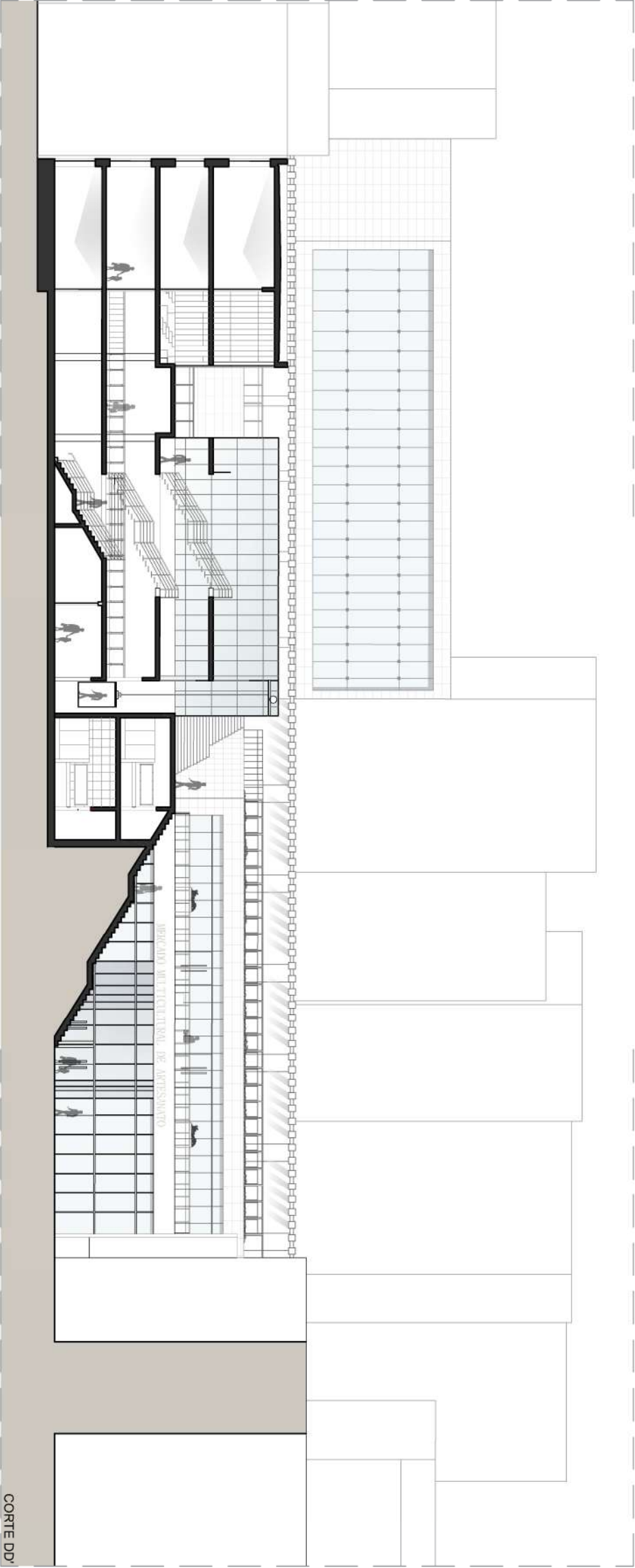
CORTE AA



CORTE BB



CORTE CC



CORTE DD



FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

CONVIVÊNCIA INTERCULTURAL E INTERÉTNICA
ATRAVÉS DA ARQUITETURA

Mercado Multicultural de Artesanato
no interior de um quarteirão adjacente ac Martin Moniz

PROJETO FINAL DE MESTRADO

Orientador: Professor António Leite

Orientador: Professora Maria Manuela Mendes

Mestrando: Ana Luca

20121332 | MIAHQ



ALÇADO PRINCIPAL - RUA DA PALMA

8



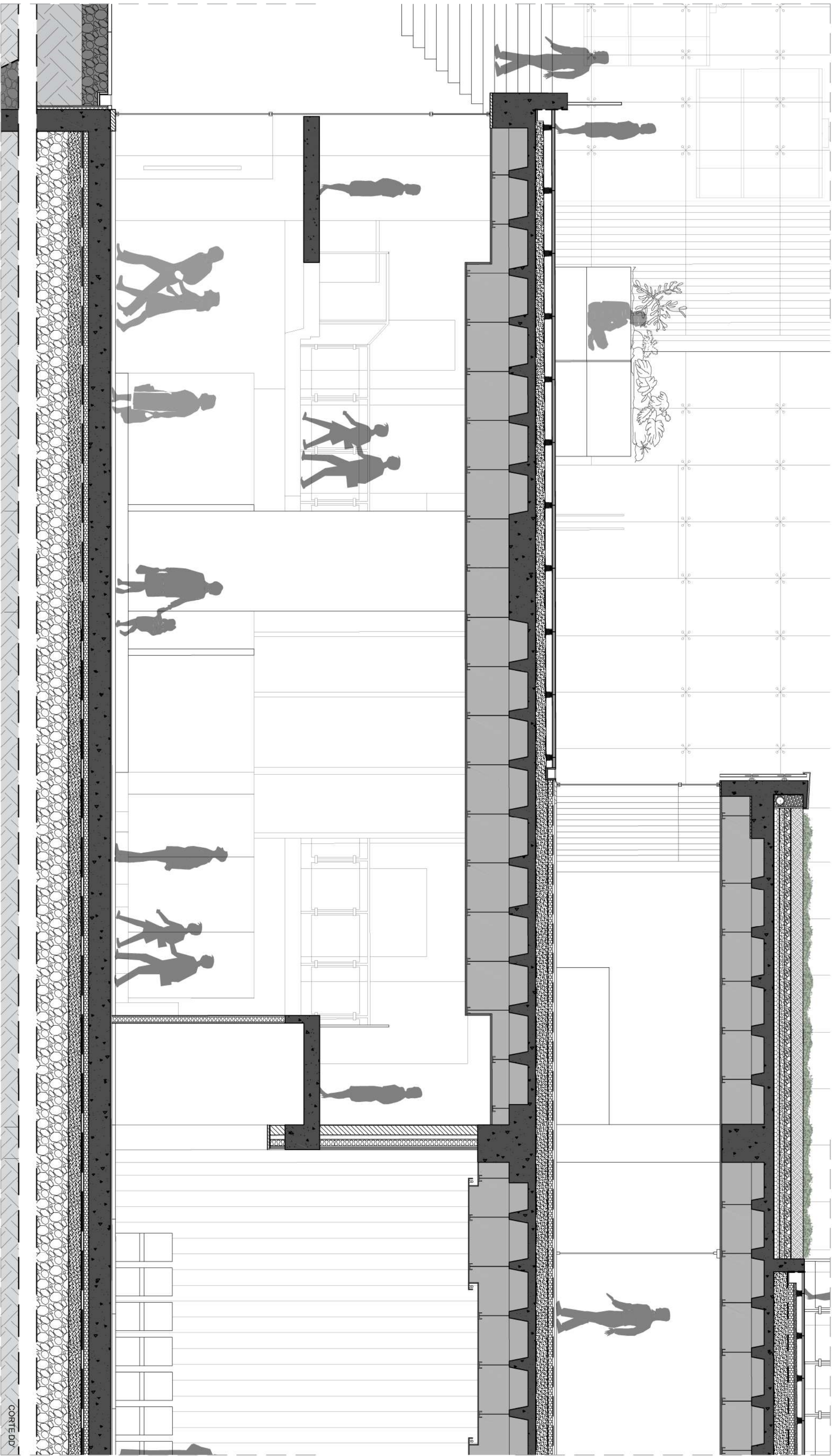




Fig.1-2 | MAQUETE FINAL
Fonte: fotografia da autora



Fig.3-4 | MAQUETE FINAL
Fonte: fotografia da autora



Fig.5-6 | MAQUETE FINAL

Fonte: fotografia da autora



Fig.7-8 | MAQUETE FINAL
Fonte: fotografia da autora



Fig.9-10 | MAQUETE FINAL

Fonte: fotografia da autora



Fig.11-12 | MAQUETE FINAL
Fonte: fotografia da autora



Praça do Rossio

Rua Barros Queirós

Rua da Palma

Centro Comercial Martim Moniz

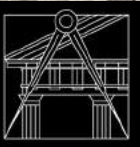
Praça Martim Moniz

Centro Comercial Mouraria



U

LISBOA



FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

CONVIVÊNCIA INTERCULTURAL E INTERÉTNICA ATRAVÉS DA ARQUITETURA - Mercado Multicultural de Artesanato no interior de um quarteirão adjacente ao Martim Moniz

PROJETO FINAL DE MESTRADO | ORIENTADOR: PROFESSOR ANTÓNIO MIIGUEL LEITE | ORIENTADORA: PROFESSORA MARIA MANUELA MENDES | ALUNO: ANA LUCA | 20121332

P01



PLANTA DE IMPLANTAÇÃO esc. 1:500

U

LISBOA
UNIVERSIDADE
DE LISBOA

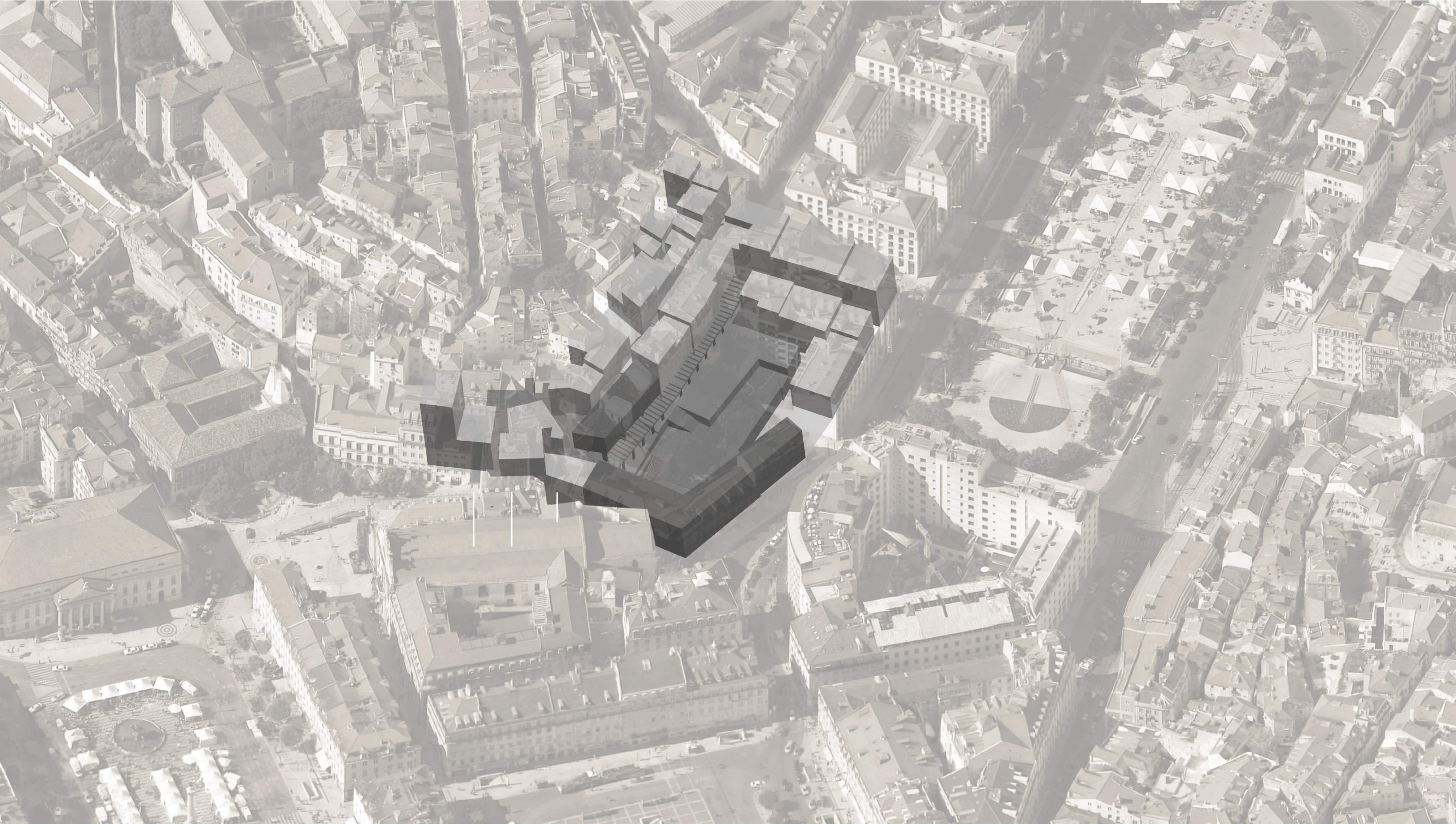


FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

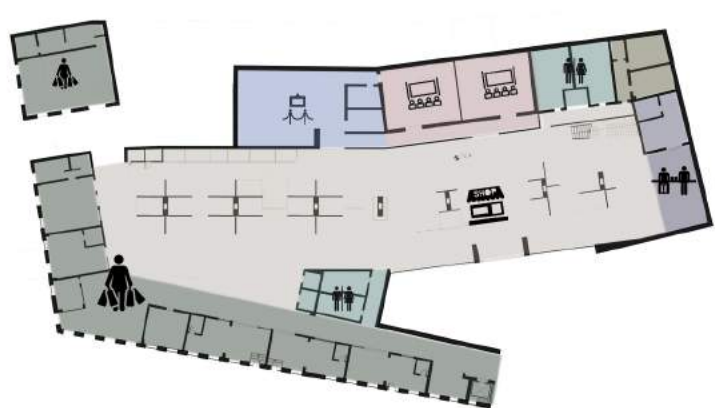
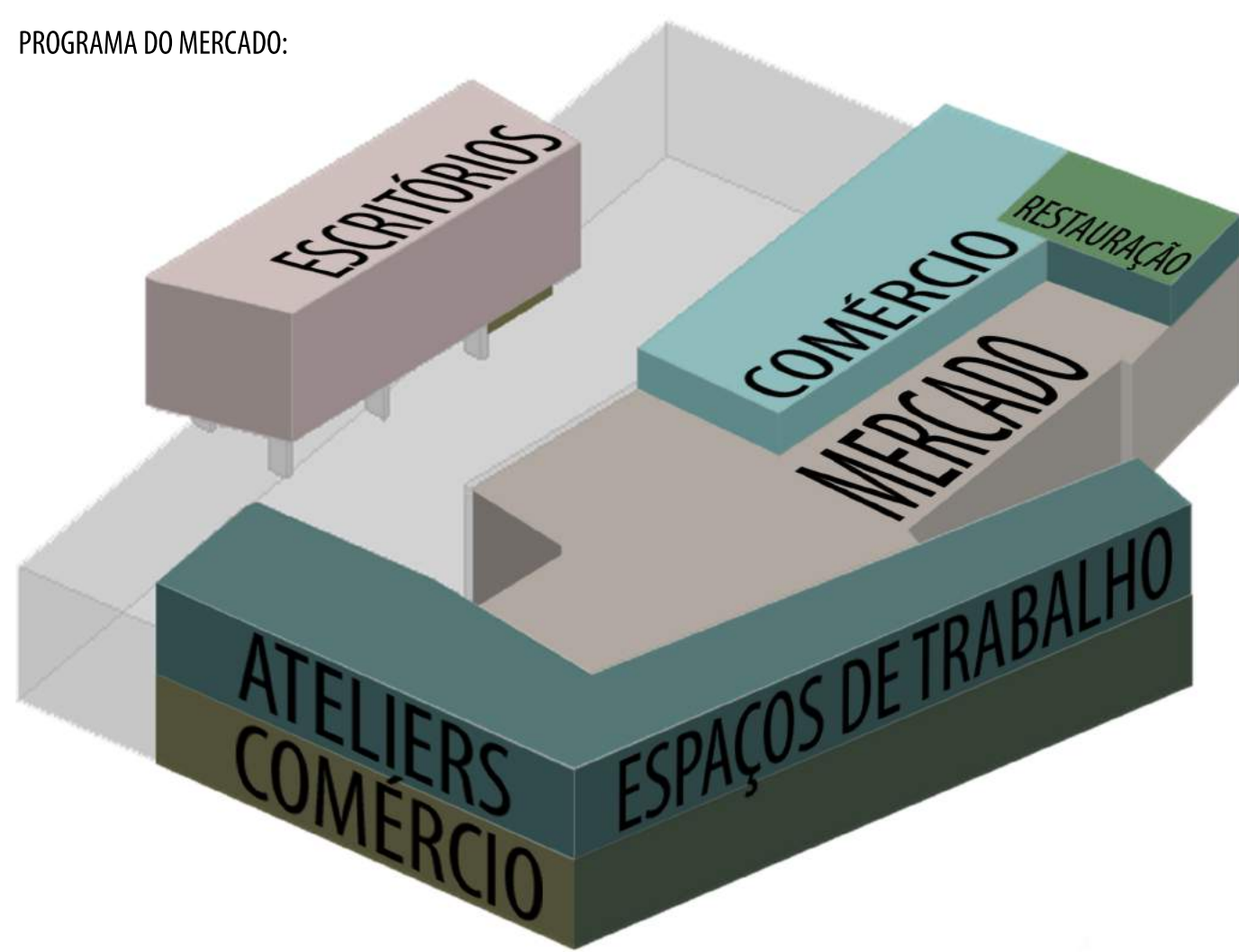
CONVIVÊNCIA INTERCULTURAL E INTERÉTNICA ATRAVÉS DA ARQUITETURA - Mercado Multicultural de Artesanato no interior de um quarteirão adjacente ao Martim Moniz

PROJETO FINAL DE MESTRADO | ORIENTADOR: PROFESSOR ANTÓNIO MIGUEL LEITE | ORIENTADORA: PROFESSORA MARIA MANUELA MENDES | ALUNO: ANA LUCA | 20121332

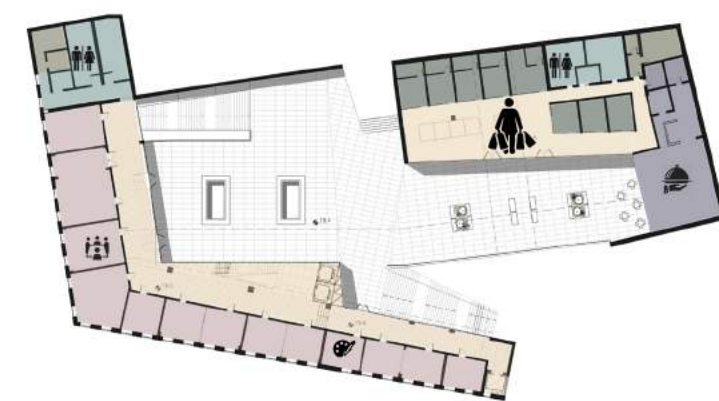
P02



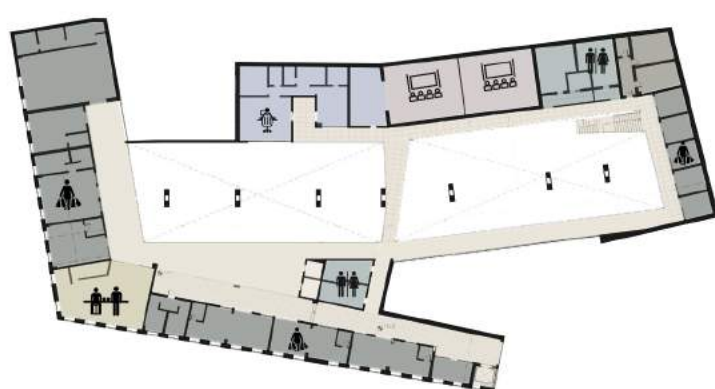
PROGRAMA DO MERCADO:



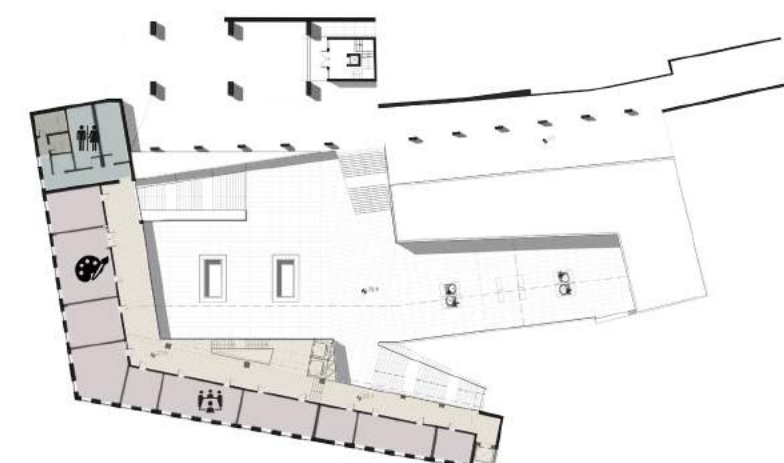
- COMÉRCIO / LOJAS
- ESPAÇO MERCADO
- RESTAURAÇÃO
- SALA DE EXPOSIÇÕES
- SALA POLIVALENTE
- I.S.
- ÁREA TÉCNICA



- COMÉRCIO / LOJAS
- ESPAÇOS DE TRABALHO / ATELIERS
- CIRCULAÇÃO
- RESTAURAÇÃO
- I.S.
- ÁREA TÉCNICA



- COMÉRCIO / LOJAS
- CAFETARIA
- CIRCULAÇÃO
- ÁREA ADMINISTRATIVA
- SALA POLIVALENTE
- I.S.
- ÁREA TÉCNICA



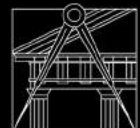
- ESPAÇOS DE TRABALHO / ATELIERS
- CIRCULAÇÃO
- I.S.
- ÁREA TÉCNICA



U

LISBOA

UNIVERSIDADE DE LISBOA



FACULDADE DE ARQUITETURA

UNIVERSIDADE DE LISBOA

CONVIVÊNCIA INTERCULTURAL E INTERÉTNICA ATRAVÉS DA ARQUITETURA - Mercado Multicultural de Artesanato no interior de um quarteirão adjacente ao Martim Moniz

PROJETO FINAL DE MESTRADO | ORIENTADOR: PROFESSOR ANTÓNIO MIIGUEL LEITE | ORIENTADORA: PROFESSORA MARIA MANUELA MENDES | ALUNO: ANA LUCA | 20121332

ALÇADO SUL esc. 1:200

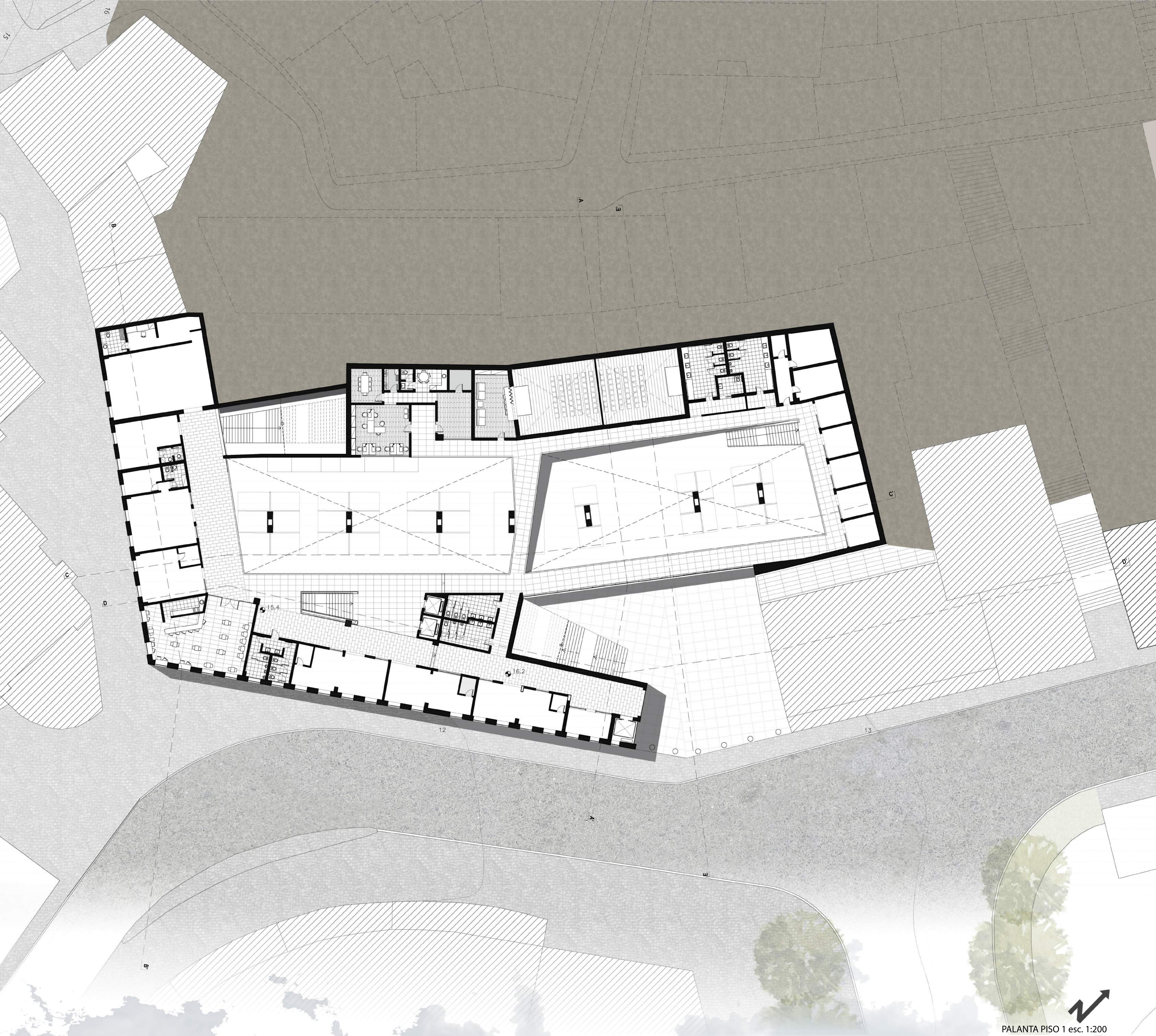
P03



PLANTA PISO 0 esc. 1:200

ALÇADO POENTE esc. 1:200

ALÇADO NORTE esc. 1:200



PALANTA PISO 1 esc. 1:200



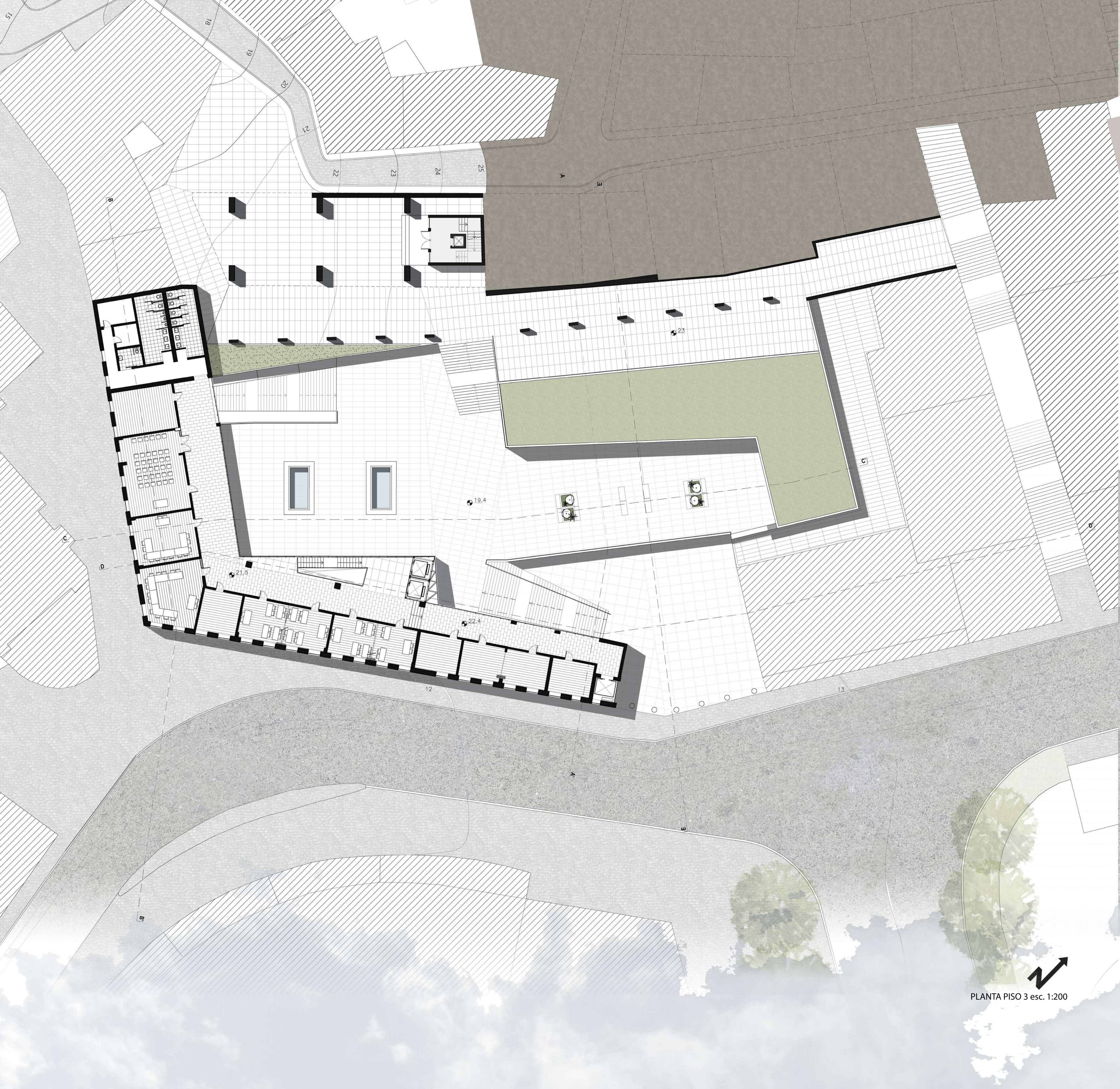
CORTE AA' esc. 1:200



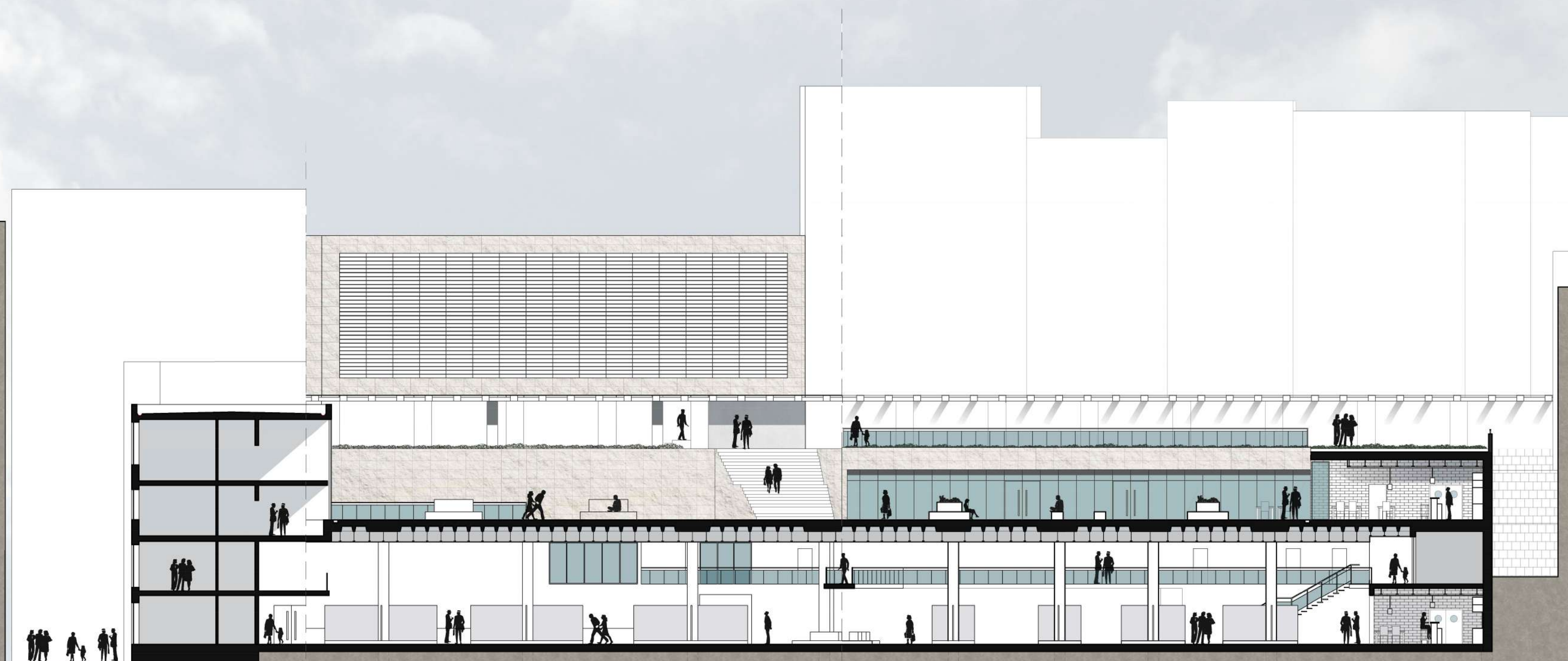
PLANTA PISO 2 esc. 1:200



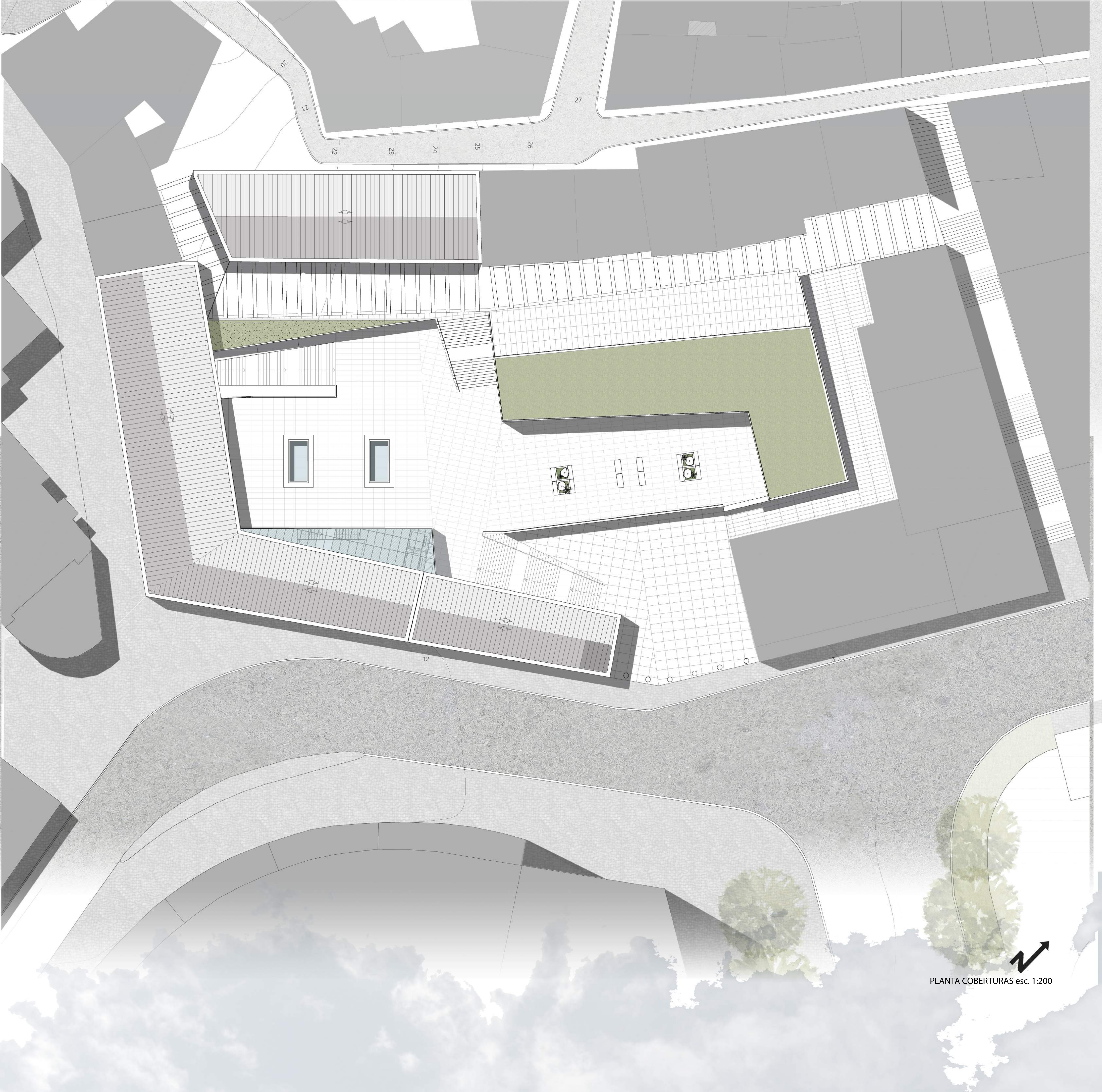
CORTE BB' esc. 1:200



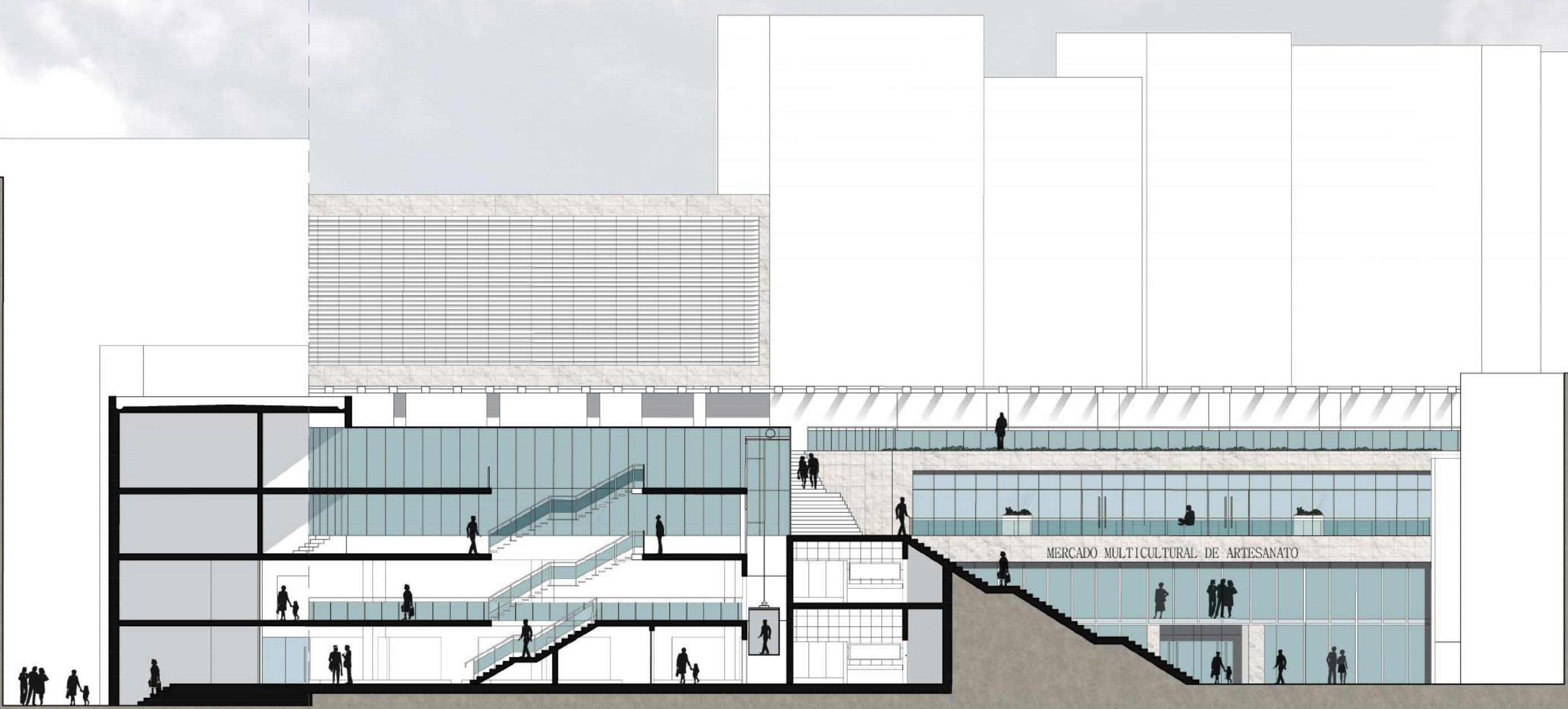
PLANTA PISO 3 esc. 1:200



CORTE CC' esc. 1:200



PLANTA COBERTURAS esc. 1:200



CORTE DD' esc. 1:200

